

Speciale i Kommunikation

31. maj 2024

Aalborg Universitet, København

En anderledes museumsoplevelse: Mysteriespil på Glyptoteket

*En design baseret
undersøgelse med
formål om at engagere
og motivere mænd i
deres museumsbesøg
på Ny Carlsberg
Glyptotek.*

Katrine Normand de Jong
& Maria Bondskov Nielsen

Titelblad

Titel:

En anderledes oplevelse:
Mysteriespil på Glyptoteket

Forfattere:

Katrine Normand de Jong (20192914)
& Maria Bondskov Nielsen (20194336)

Universitet:

Aalborg Universitet, København

Vejleder:

Morten Søndergaard

Fag:

Speciale i Kommunikation (30 ects)

Afleveringsdato:

31. maj 2024

Antal tegn: 272.191**Antal sider:** 113



Abstract

This thesis investigates how men aged 18-30 can be engaged and motivated during their visit to Ny Carlsberg Glyptotek, and what communicative initiatives can be implemented to enhance their museum experience. Through a design-based study this thesis has identified an innovation potential through empirical data collection, including a survey, focus group interview, and desk research. This potential highlighted that the target group desired their visit to the Glyptotek to more effectively stimulate their senses, guide them through the museum, present the permanent sculpture collection in a new way, and ensure the museum visit is a social and interactive activity.

Based on these insights, design principles and an initiative were developed, culminating in a prototype which has been tested through multiple iterations. This design took the form of a mystery game called "Midsummer Murder at the Glyptotek." The practical investigation of the game's functionality revealed that it was an entertaining and enjoyable game that captured participants' attention and engaged them in the museum experience. Furthermore, it was found that the participants were guided through the museum, gained more knowledge about the statues, and were involved in the game within a social setting. It is essential to note that this type of game is beneficial primarily for individuals seeking a different museum experience, distinct from the traditional visit. Overall, the game is seen as a breach from what the target group traditionally associates with a museum visit, as it involves and activates them more during their visit. Thus, the game contributes to a paradigm shift in the museum world and aligns with a more dialogic experience. Finally, it is assessed how this mystery game can be developed for other contexts.

Further research should explore how varying difficulty levels can motivate participants. This design is considered a concept that can continuously evolve and, in principle, never be completed.

Indholdsfortegnelse

1. Indledning	3
1.1 Casebeskrivelse	4
1.2 Problemformulering	6
1.3 Forskningsdesign	7
1.4 Læsevejledning	7
2. Videnskabsteori og metode	8
2.1 Pragmatisme	8
2.1.1 Hermeneutikken	9
2.2 Design Based Research	11
2.2.1 ELYK-modellen	13
3. Kontekstfase	16
3.1 Litteraturreview	16
3.1.1 Søgestrategi	16
3.1.2 Udvælgelse af litteratur	17
3.1.3 Emne 1: Besøgende versus ikke-besøgendes motivation	18
3.1.4 Emne 2: Engagement på museer	21
3.1.5 Emne 3: Initiativer på museer	27
3.1.6 Specialets genstandsfelt	30
3.2 Dataindsamlingsmetoder	31
3.2.1 Mixed methods	31
3.2.2 Spørgeskemaundersøgelse	33
3.2.3 Fokusgruppeinterview	43
3.3 Problemidentifikation	59
3.4 Teori	61
3.4.1 Ny museologi	61
3.4.2 Det interaktive museum	62
3.4.3 Museer og udstillinger	64
3.4.4 Sociale objekter	67
3.4.5 Visitor Attention	68
3.4.6 Vaner og vanebrud	70
3.4.7 Motivationsteori	72
4. LAB-fase	76
4.1 Designprincipper	76

Designprincip 1: Designet skal formidle den faste udstilling på en ny måde og guide de besøgende gennem udstillingen.....	77
Designprincip 2: Designet skal fordre en social oplevelse og inddrage brugerne	78
Designprincip 3: Designet skal sætte flere sanser i spil og fremme kreativitet.....	79
Designprincip 4: Designet skal fordre engagement og motivation	79
4.2 Prototype.....	80
4.3 Mysteriespil	81
4.4 Midsommermordet på Glyptoteket	82
Sagsmappe	83
Konvolut 1	91
Konvolut 2	93
Konvolut 3	95
Konvolut 4	97
Konvolut 5	98
Konvolut 6	100
5. Interventionsfase.....	104
5.1 Brugertest.....	104
5.2 Første iteration: brugertest	106
5.2.1 Analyse og evaluering.....	107
5.2.2 Re-design	111
5.3 Anden iteration: præsentation.....	116
5.3.1 Analyse og evaluering.....	117
5.3.2 Re-design	122
5.4 Tredje iteration: brugertest.....	124
5.4.1 Analyse og evaluering.....	125
6. Refleksionsfasen	133
6.1 Evaluering af design.....	133
6.2 Mænd som målgruppe	135
6.3 Metodologisk refleksion	137
6.4 Udviklingspotentiale og generalisering til andre kontekster	140
7. Konklusion	143
8. Litteraturliste.....	144

Indledning

A large white marble sculpture of a reclining female figure, possibly a personification of Truth or a similar allegorical figure, surrounded by several small cherubs. The sculpture is set in a garden with a building in the background. The image is partially obscured by a dark grey overlay with geometric shapes (a square, a vertical rectangle, and a circle) on the left side.

I dette afsnit indledes specialet, og grundlaget for problemfeltet udfoldes. Herunder beskrives forskningsdesignet og tilgangen til undersøgelsen.

1. Indledning

Diversitet og mangfoldighed ses på dagsordenen i mange aspekter af samfundet, og det gælder også på landets museer. I disse dage er der nemlig stigende opmærksomhed på behovet for større diversitet i de kunstnere, der repræsenteres på de danske museer (Atla, 2022). Mens dette er et væsentligt skridt mod mere inkluderende kulturinstitutioner, er der et andet aspekt af diversitetsområdet, som også fortjener opmærksomhed, nemlig mangfoldigheden blandt de besøgende på museerne. Ifølge den Nationale Brugerundersøgelse fra 2022 (Slots- og Kulturstyrelsen, 2023, s. 7) udgør kvinder i langt højere grad end mænd majoriteten af besøgende på museer, og sådan har statistikken set ud i årtier. Undersøgelsen viser, at den typiske museumsgæst er en kvinde over 50 år med en videregående uddannelse, samt at kvinder udgør 63% af museumsbrugerne, mens mænd udgør 36% (Slots- og Kulturstyrelsen, 2023, s. 4). Vi har rettet opmærksomheden imod denne skævvridning af køn blandt de museumsbesøgende, da museer udgør en fundamental del af vores kulturarv og spiller en afgørende rolle i vores fælles identitetsforståelse på tværs af samfundslag. Derfor kan det være afgørende, at alle, uanset køn, baggrund eller identitet, har adgang til vores fælles kulturarv. "Museernes manglende evne til at inkludere hele befolkningen er skidt for samfundet", mener Ane Hejlskov Larsen, der er lektor i museologi og kunsthistorie på Aarhus Universitet. Hun fortsætter: "Man kan ikke tvinge folk til at gå på museum. Men målsætningen om større diversitet er stadig vigtig. For museerne er en hjørnesten i demokratiet, da de fx spiller en stor rolle for, at vi fortolker historien nuanceret" (Burcharth, 2019).

Ifølge Den Nationale Brugerundersøgelse (Slots- og Kulturstyrelsen, 2023, s. 20) giver knap en tredjedel af de adspurgte udtryk for, at grunden til, de besøger museer, er for at give dem, de følges med, en god oplevelse. Næsten lige så mange motiveres af deres nysgerrighed og af lysten til at få ny viden og blive klogere. Derudover fremgår det, at museumsbesøg anses som sociale begivenheder, og at 91% af museumsbesøgene er i grupper af flere, hvoraf næsten halvdelen af museumsgæsterne besøger museerne med deres partner (Slots- og Kulturstyrelsen, 2023, s. 3). Ifølge denne brugerundersøgelse anses museumsbesøg som en social handling, men samtidig sætter det spørgsmålstegn ved, hvorfor mænd ikke besøger museerne i lige så høj grad som kvinder, og hvordan man i højere grad kan gøre museumsbesøget mere tiltalende. Derfor ses der et potentiale i at undersøge, hvordan man

gør museumsbesøg mere appellerende for mænd. Derfor fokuserer dette speciale på, hvordan man kan engagere og motivere mænd i deres besøg på museer.

1.1 Casebeskrivelse

Med afsæt i ovenstående problematik samarbejdes der i nærværende speciale med et af Danmarks mest besøgte museer (Ejlertsen, 2023): Ny Carlsberg Glyptotek (Glyptoteket). Glyptoteket blev grundlagt af den danske brygger Carl Jacobsen i slutningen af 1800-tallet. Han var en ivrig kunstsamler og benyttede sin formue fra Carlsberg Bryggeriet til at samle en imponerende samling af kunst og kultur. I 1888 donerede han sin samling til offentligheden, og byggeriet af Glyptoteket begyndte. Museet har været åbent for offentligheden siden 1897 og indeholder i dag over 10.000 kunstværker og en stor samling af marmorskulpturer, mumier og genstande fra Middelhavsområdet. Carl Jacobsen troede på, at kunsten kunne berige og forbedre alle menneskers liv, og han mente, at den skulle være tilgængelig og berørende for alle, uden at være for elitær. Samtidig skulle museet være et tilflugtssted, hvor gæsterne kunne slappe af og nyde kunsten – især i den ikoniske Vinterhave, der fungerer som sted for afslapning (Glyptoteket, n.d.).

Dette speciale fokuserer på Glyptoteket af flere årsager. Først og fremmest opstod der en mulighed for samarbejde med museet, hvilket muliggjorde en dybdegående undersøgelse af problemfeltet. Desuden er Glyptoteket blandt de mest besøgte museer i Danmark, hvilket udgør en ideel ramme for at udforske problematikken. Samarbejdet skal undersøge muligheden for at skabe nye tiltag til museet, som kan engagere mænd i deres besøg på museet. Derfor er der foretaget et indledende interview med et af museets kommunikationsmedarbejdere, for at få et indblik i eventuelle udfordringer og problematikker. En interviewguide til dette interview findes i bilag 2 og transskriptionen af dette interview kan findes i bilag 3.

Kommunikationsmedarbejderen fra Glyptoteket fortæller blandt andet om, at hun ofte ser, at mænd besøger museet sammen med en kvindelig partner: "Altså vi ser ikke nogen mænd i grupper, der kommer herind. Men vi ser mænd som vedhæng til kvinder typisk, eller som familier og sådan noget" (Bilag 3, l. 597-598). Ifølge Glyptotekets Nationale Brugerundersøgelse fra 2022 (Bilag 4, s. 9) viser den, at der ligesom i Den Nationale Brugerundersøgelse (Slots- og Kulturstyrelsen, 2023) er en klar overvægt af kvinder, der

besøger museet. Undersøgelsen viser, at ud af alle respondenterne er 63% kvinder og 34% mænd og 2% andet (Bilag 4, s. 8). Herudover besøgte over en tredjedel også her museet med deres partner eller ægtefælle, og knap en tredjedel besøgte museet med deres venner (Bilag 4, s. 12). Dette vidner om, at det også er en tendens på Glyptoteket, at museumsbesøget er en social aktivitet blandt partnere eller venner. Derudover fortæller kommunikationsmedarbejderen, at mænd ikke er en målgruppe, de særligt har haft for øje, men endog ser potentiale i: "Altså jeg ved ikke helt, hvad det er, der gør, at vi ikke har fokuseret på mænd, fordi der ville jo være oplagt at sige, er der et uforløst potentiale, som vi kan udnytte, eller som vi måske kan aktivere" (Bilag 3, l. 636-638). Hun uddyber i interviewet, hvad der kan ligge til grund for, at de ikke har fokuseret på mænd som målgruppe:

(...) mit bedste bud er, at vi ikke har fokuseret på mænd som målgruppe, fordi vi alle (red. kommunikationsteamet) sammen er kvinder, og fordi vi bare ved, at både kunstbesøgende og kunstudøvende og kulturbranchen ofte er kvinder. Kunstnerne er jo ikke, så det er lidt sjovt. [...]. Altså, det er ikke, fordi vi ikke vil have dem (red. mændene). Men det er måske mest fordi, vi har en berøringsangst. Og ikke ved, hvordan det skal gribes an. (Bilag 3, l. 645-650)

Kommunikationsmedarbejderen uddyber og forklarer, at der ligger en frygt i at kunne komme til at stereotypisere for meget i appellen til mænd:

Ja, og så tror jeg, at der er en kæmpe angst for at stereotypisere på en eller anden måde, hvor man så siger, "nå, nu laver vi nogle typiske mande-ting, og så skal de komme". For vi har hverken gode til typiske mande-ting, vi synes måske heller ikke rigtigt, at det passer til museet, og hvad er de typiske mande-ting overhovedet? Skal vi så virkelig ud i, at nu skal vi bare være helt plat, og tilbyde øl og fodbold, så kører den? (Bilag 3, l. 650-655)

Af denne årsag finder vi det interessant at undersøge, hvad der kan engagere mænd under deres besøg på museet. Vi har valgt at fokusere på mænd i alderen fra 18-30 år, da der ifølge Den Nationale Brugerundersøgelse (Slots- og Kulturstyrelsen, 2023, s. 8), er en lav andel af mænd inden for denne specifikke aldersgruppe, der typisk besøger museer. Yderligere er denne specifikke målgruppe valgt, da det ansues vigtigt at tiltrække mænd i deres tidlige voksenliv for at etablere nye vaner, og fremme deres interesse for museer. Dermed har vi afgrænset os fra at fokusere på mænd i andre aldre, og følgende undersøgelse vil derfor udelukkende baseres på den udvalgte målgruppes oplevelser og indsigter.

1.2 Problemformulering

Med afsæt i ovenstående indsigt fra Den Nationale Brugerundersøgelser (Slots- og Kulturstyrelsen, 2023) og viden fra kommunikationsmedarbejderen fra Glyptoteket udspringer følgende problemformulering:

Hvordan kan mænd i alderen 18-30 år engageres og motiveres under deres besøg på Ny Carlsberg Glyptotek, og hvilke kommunikative initiativer kan implementeres for at forbedre deres oplevelse på museet?

Denne problemformulering har til hensigt at undersøge, hvordan Ny Carlsberg Glyptotek kan engagere mænd i alderen 18-30 år under deres besøg på museet. Fokus ligger på at identificere initiativer, der kan øge motivationen og engagementet blandt denne specifikke målgruppe. Derudover søger formuleringen at undersøge, hvilke kommunikative tiltag, der kan anvendes for at forbedre deres samlede oplevelse på museet. Dette indebærer en analyse af, hvilke faktorer der kan appellere til denne målgruppe og dermed bidrage til en mere positiv og meningsfuld besøgsoplevelse. I følgende afsnit beskrives nærværende speciales forskningsdesign, og hvorledes vi søger svar på problemformuleringen.

1.3 Forskningsdesign

Med udgangspunkt i problemformuleringen vil en uddybning af undersøgelsens fokus samt forskningsdesignet herunder fremgå.

I nærværende speciale undersøges, hvordan mænd i alderen 18-30 år kan engageres i deres besøg på Glyptoteket. Dette vil blive undersøgt ved en spørgeskemaundersøgelse for at få en bred forståelse af problemfeltet samt af et fokusgruppeinterview, der vil bidrage til en mere dybdegående indsigt i deltagernes motivation og oplevelser. Til at rammesætte dette forskningsdesign benyttes metoden *Design Based Research (DBR)*, da denne iterative tilgang til undersøgelsen vil bidrage til grundig dataindsamling og produktudvikling. DBR består af følgende fire faser: *Kontekstfase*, *LAB-fase*, *Interventionsfase* og *Refleksionsfase*. Førstnævnte fase indebærer et indblik i eksisterende litteratur og teori samt indsamling af data. Anden fase består af udviklingen af designprincipper og initiativer på baggrund af viden fra kontekstfasen. I tredje fase afprøves designet på målgruppen og medarbejdere på Glyptoteket, hvorefter der evalueres, analyseres og re-designes. I den sidste fase reflekteres der over designets kvalitet, og hvorvidt det kan generaliseres til andre kontekster. Disse faser vil dermed også danne ramme for specialets opbygning. DBR-metoden uddybes yderligere i afsnit 2.2.

1.4 Læsevejledning

Nærværende speciale følger henvisninger og citering fra APA 7th edition. Når der nævnes essentielle begreber for første gang i specialet, markeres disse i *kursiv*. Derudover vil teoretikere og forfattere blive nævnt ved fulde navn første gang de omtales i teksten og derefter ved efternavn. Ny Carlsberg Glyptotek vil i specialet blive betegnet som Glyptoteket. Specialet indeholder interviews og brugertests med målgruppen og medarbejdere fra Glyptoteket. For at beskytte deltagernes anonymitet er alle deltagere anonymiseret, og dermed får de en anden betegnelse, hvilket uddybes i de afsnit, hvori interviewet eller brugertesten forekommer.

Videnskabsteori & metode



I dette afsnit præsenteres specialets videnskabsteoretiske ståsted, som udgøres af pragmatismen og hermeneutikken. Derefter beskrives metoden Design Based Research, der strukturerer specialets opbygning.

2. Videnskabsteori og metode

I følgende afsnit forekommer en redegørelse for specialets videnskabsteoretiske ståsted samt en uddybelse af de metoder, der danner grundlag for specialets opbygning og tilgang til viden. *Pragmatismen og hermeneutikken* udgør den videnskabsteoretiske position for nærværende speciale og udfoldes derfor først. Derefter redegøres der for metoden *Design Based Research*, hvilket danner ramme for specialets opbygning.

2.1 Pragmatisme

Nærværende speciale er forankret i videnskabsteorien pragmatismen, som både har indflydelse på specialets struktur og den anvendte arbejdsmetode. Herudover anvendes en hermeneutisk position til at analysere og forstå det undersøgte. Disse videnskabsteoretiske retninger vil nu blive beskrevet, samt hvordan de har influeret måden, hvorpå der er blevet genereret viden.

Ifølge Lars Henrik Schmidt (1999, s. 79) anses pragmatismen ikke for en klassisk videnskabsteoretisk retning, men kan derimod betragtes som en selvstændig filosofisk tradition, der anses som et kompromis eller forsoning mellem rationalismen og empirismen. Pragmatismen er udviklet af de tre amerikanske filosoffer, Charles Sanders Peirce (1839-1914), William James (1842-1910) og John Dewey (1859-1952), hvorfor dette afsnit især vil basere sig på disse filosoffers grundtanke om pragmatismen.

Ifølge Svend Brinkmann (2006, s. 31) er Deweys (1922) grundtanke bag pragmatismen, at mennesket eksisterer i verden som aktivt handlende væsener, og at verden og dens egenskaber kun kan erkendes gennem praksis. Dette betyder, at praktisk handlen medfører grundlaget for teoretisk refleksion. Inden for pragmatismen er menneskets erkendelse social, da vi tænker og handler i sociale sammenhænge og kontekster. Det er således også i disse sociale kontekster, at idéer opstår og er sande, hvis de er til gavn i praksis for fællesskabet (Brinkmann, 2006, s. 33). Dewey (2009, s. 115) beskriver idéer således: "En idé er [...] ikke en enhed som en dom, men snarere et element i dannelsen af domme". Dette betyder, at idéer skal anses som foreslåede muligheder frem for en afsluttende accepteret konklusion. Disse foreslåede muligheder opstår på baggrund af en undren og nysgerrighed, der skal lede os til at opstille hypoteser, som kan besvare det uvisse. Dewey beskriver, at dømmekraften

ophører, hvis en idé eller hypotese straks accepteres frem for andre, og derfor bør man i stedet anskue idéer som en mulig, men fortsat tvivlsom fortolkning, der derved kan styre undersøgelsen (Dewey, 2009, s. 116).

James beskriver, at disse idéers sandhed er essensen af den filosofiske retning, hvilket betegnes *pragmatismens sandhedsteori*. Ifølge James (1999, s. 88, 102) anses pragmatismen for en metode, der ikke søger bestemte resultater eller love for, hvad der kan gælde som bevis, men derimod søger pragmatismen at finde sandheden. Sandheden kan findes i sande idéer, som opstår gennem erfaring og handling (James, 1999, s. 98). Sandhed anses derfor ikke for en statisk egenskab ved idéer, men som noget, der sker ved idéerne og som afgør, hvorledes disse fungerer i praksis (James, 1999, s. 92-94). James beskriver ydermere, at idéer er sande, når de kan verificeres i praksis, og når de har en gavnlig indvirkning på mennesket (James, 1999, s. 91).

Nærværende speciale tager afsæt i pragmatismen, da viden erkendes gennem sociale handlinger, og der afprøves idéer for at vurdere, hvorledes disse gavner mennesket i praksis. Dette gøres ved at undersøge målgruppens udfordringer og behov i forbindelse med at besøge museer i henhold til at finde frem til løsninger, der kan forbedre deres oplevelse. Dermed opstilles idéer til, hvorledes dette kan løses, som løbende afprøves på målgruppen for til sidst at finde frem til idéernes sandhedsværdi.

2.1.1 Hermeneutikken

Måden, hvorpå vi har analyseret den indsamlede empiri, er sket med afsæt i en hermeneutisk tilgang. I nærværende speciale tages der afsæt i det som Mogens Pahuus (2014, s. 236) betegner *den eksistentielle hermeneutik*. Dette er en moderne hermeneutik, der er udformet i det 20. århundrede i særdeleshed af de tre tyske filosoffer Martin Heidegger (1889-1976), Hans Lipps (1889-1941) og Hans-Georg Gadamer (1900-2002). I modsætning til den tidlige hermeneutik, udvides den eksistentielle hermeneutik til ikke kun at fortolke tekster, men også til at fortolke den menneskelige aktivitet bag teksterne (Pahuus, 2014, s. 233). Den eksistentielle hermeneutik opfatter mennesket som et driftigt væsen og at alt, mennesker foretager sig, er en fortolkning (Pahuus, 2014, s. 236-237). Pahuus (2014, s. 225) beskriver ydermere, at der inden for hermeneutikken findes to centrale begreber, nemlig *fortolkning* og *mening*. Essensen af denne videnskabsteoretiske tilgang er at fortolke noget, der har

mening. Dette betyder, at man søger at opnå indsigt i menneskelig aktivitet samt produkterne af disse aktiviteter, som vil besidde mening, hvis de kommer fra mennesker med formål og meninger (Pahuus, 2014, s. 225). Pahuus (2014, s. 237-238) beskriver ydermere Gadamer's grundtanke med hermeneutikken, hvilket er, at mennesket hele tiden påvirkes af sin egen forståelse og tanker om verden og sig selv. Ydermere kan mennesket derfor kun forstå andres handlemåder, hvis man har en fælles forståelseshorisont. Dette betyder således, at det i analysearbejdet og fortolkningen heraf er vigtigt at have individets kontekst og kultur for øje – altså alle de erfaringer et menneske har gjort sig, som hele tiden påvirker deres handlemåder og som revideres gennem nye erfaringer. Dette betegnes *forforståelse*, som også forudsætter, at der kan skabes nye forståelser (Pahuus, 2014, s. 237). En måde, hvorpå der fortolkes inden for den videnskabelige tilgang, sker gennem en cirkelbevægelse, hvilket betegnes *den hermeneutiske cirkel* (Pahuus, 2014, s. 240). Denne metode forudsætter, at fortolkning sker ved, at man bevæger sig frem og tilbage mellem tekstens helhed og delelementer, og at tekstens helhed må forstås ud fra delelementerne og omvendt. Læserens forforståelse udvikler og ændrer sig således hele tiden på baggrund af de forståelser, der gøres og udvikler sig til nye forforståelser, der præger nye fortolkninger og forståelser. Denne måde at fortolke og forstå på er en proces, der i princippet aldrig ophører eller afsluttes (Pahuus, 2014, s. 241). I den hermeneutiske tilgang vil fortolkningen således altid være subjektiv, da den påvirkes af forskerens forforståelse og fortolkning (Pahuus, 2014, s. 242). Gadamer hævder dog at en saglig tilgang, hvor forskeren reflekterer over metodiske valg, teorier og forforståelsens indflydelse, kan fremme objektivitet. Således er objektivitet en proces snarere end en objektiv endelig sandhed (Pahuus, 2014, s. 246-247).

Måden, hvorpå det analytiske arbejde er influeret af den hermeneutiske tilgang, er ved, at vi som forskere tolker de udsagn, der indsamles gennem undersøgelserne. Derfor vil vi være tydelige omkring, hvornår der forekommer tolkninger for at gøre opmærksom på hermeneutikkens indflydelse. Herudover skal vi som forskere være bevidste om vores egne forforståelser samt deltagernes baggrund og kontekst for deres udsagn. Derfor vil vi i det følgende afsnit beskrive vores forforståelser.

Forforståelse

Vores forforståelse af Glyptoteket og de besøgendes oplevelser udgør en væsentlig del af den kontekst, hvori specialet udfolder sig. Der foreligger en indgående viden til museumsbranchen og mere specifikt til Glyptoteket, da vi både interesserer os for feltet og er hyppige museumsgængere. Derfor har vi også en forestilling om, hvem de besøgende er, og hvad der kan have indflydelse på deres besøg. Denne viden stammer både fra egne erfaringer, men også fra den viden, vi har erhvervet gennem vores desk research, som udfoldes i afsnit 3. Vores forforståelse er dermed baseret på kendskab til museet og en opfattelse af, hvordan besøgende typisk interagerer med dets udstillinger og atmosfære. Denne forudgående viden er central for at identificere specialets undren og problemfelt. Det er dog afgørende at være opmærksom på, at denne baggrundsviden kan farve vores tilgang til og fortolkning af de data, vi indsamler. Vores tidligere kendskab og forventninger kan påvirke vores analyse og tolkning, hvilket kan introducere bias eller forudindtagethed i vores forskning. For at sikre en mere objektiv tilgang forsøger vi at parkere vores forforståelse og undersøge målgruppens behov med et åbent sind. Vi stræber efter at analysere og forstå data uden at lade os påvirke af vores forudindtagede forestillinger. Som forskere er det vigtigt for os at være opmærksomme på disse forforståelser og aktivt undersøge dem for at sikre en mere nuanceret og retfærdig analyse af emnet. Ved at erkende og adressere vores forforståelse kan vi styrke validiteten og pålideligheden af vores forskning og sikre, at vores resultater afspejler virkeligheden så nøjagtigt som muligt. Dette kræver en konstant bevidsthed om vores egne antagelser og en villighed til at udfordre dem gennem en åben og kritisk tilgang til vores data og analyser.

2.2 Design Based Research

Nærværende speciale er udarbejdet efter en Design Based Research (DBR) tilgang. Dette er en pragmatisk tilgang til forskning, hvor forskeren kontinuerligt skaber ny viden ved hjælp af iterative processer. Dette inkluderer løbende afprøvning, re-design og forbedring af et designkoncept (Christensen, Gynther & Petersen, 2012, s. 3).

DBR-metoden blev første gang foreslået som design-eksperimenter af Allan Collins (1990) og Ann Brown (1992). Collins (1990, s. 4) foreslog oprindeligt, at designeksperimenter skulle bidrage til en "designvidenskab" og dermed udvikle en mere systematisk metode til at

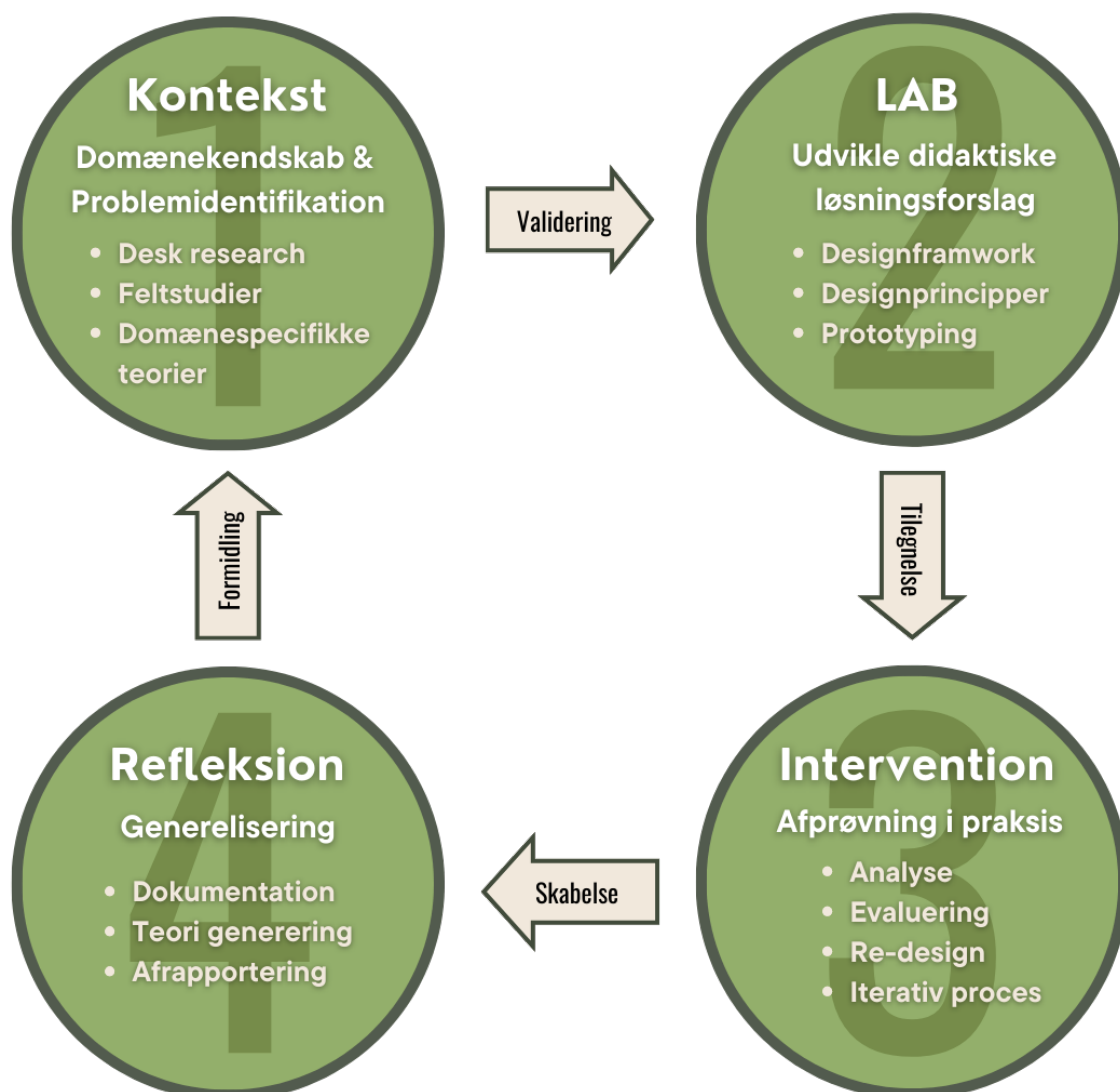
udføre designeksperimenter og formulere en designteori til at vejlede fremtidige innovations implementeringer. Ifølge Brown (1992, s. 141) handlede det i høj grad om at udføre eksperimentelle studier af innovationer, da hun opdagede, at de konventionelle forskningsmetoder, som hun var blevet uddannet i, ikke var passende til at undersøge læring i autentiske klasseværelsessammenhænge. Som et resultat heraf begyndte hun at anvende designforskning som et alternativt middel til at imødekomme denne udfordring. I 1999 opfandt Christopher Hoadley det moderne udtryk 'Design Based Research' for metoden. Hoadley (2004, s. 203) fremskrev, hvordan designbaserede forskningsmetoder kan anvendes til at modellere og forudsige verden gennem empirisk forskning. Fokus hviler på at sikre, at de anvendte metoder rent faktisk tester det, vi ønsker at teste. Derudover hævder Hoadley (2004, s. 211) at forskeren i designbaseret research både er deltager i en kontekst og en agent for generalisering til andre kontekster. Implementering er en central udfordring, da resultater afhænger af interaktionen mellem design og gennemførelse. Iteration og replikation udforsker dette forhold, selvom generalisering på tværs af kontekster kræver mange design og studier.

Dette speciale bygger på Ove Christensen, Karsten Gynther og Trine Brun Petersens (2012) udlægning af DBR. Ifølge disse forfattere (2012, s. 17) adskiller DBR-traditionen sig fra andre udviklingstraditioner ved dens eksperimenterende og intervenserende tilgang. DBR-tilgangen involverer forskerne aktivt i et givent projekt og får dem til at arbejde tæt sammen med deltagerne i forbindelse med at evaluere, analysere og re-designe de eksperimenterende designs. Denne fælles iterative designproces mellem deltagere og forskere udgør en væsentlig styrke ved DBR-forskning (Christensen et al., 2012, s. 17). Dermed fremstår DBR ikke som en klassisk forskningsmetode, da den både søger at forstå et fænomen og bidrager til at forbedre det (Christensen et al., 2012, s. 4). I nærværende speciale argumenteres der ydermere for, at der arbejdes *induktivt*. Denne tilgang fordrer ifølge Bryman (2016, s. 375), at der genereres teori ud fra empiri. Herudover argumenteres der for, at der arbejdes *ideografisk*, som ifølge Bryman (2016, s. 375) bygger på forståelsen og fortolkningen af enkeltstående tilfælde.

I følgende afsnit redegøres der for en model udviklet af Christensen et al. (2012, s. 11), der beskriver en metodisk tilgang indenfor DBR, og som rammesætter specialets opbygning.

2.2.1 ELYK-modellen

Specialet er struktureret efter *ELYK innovationsmodellen*, der er baseret på DBR og udviklet af Christensen et al. (2012, s. 11). Denne model består af fire faser, som indeholder problemidentifikation, udvikling af løsningsforslag, et iterativt forløb og slutteligt en refleksion. Disse fire faser er konkretiseret og navngivet: *kontekst*-, *LAB*-, *interventions*- og *refleksionsfasen* (Christensen et al., 2012, s. 11) og ses illustreret i figur 1. En gennemgang af hver fase og hvorledes, vi forstår dem, uddybes i følgende afsnit.



Figur 1: ELYK-innovationsmodel (egen fortolkning)

Kontekstfasen

Den første fase i et DBR-projekt starter med at kortlægge og analysere identificerbare problemer i en given kontekst. Ifølge Christensen et al. (2012, s. 11) er begrebet *problemidentifikation* typisk anvendt inden for DBR-traditionen. Dog argumenteres der for, at det er mere hensigtsmæssigt at anvende termen *identifikation af innovationspotentiale*, da dette i højere grad motiverer deltagerne i stedet for blot at fokusere på et problem. Christensen et al. (2012, s. 5) hævder, at man i den indledende fase bør påbegynde en *desk research* for at identificere innovationspotentialet. Derfor har vi udformet et omfattende litteraturreview og en teori søgning, for at finde eksisterende viden inden for genstandsfeltet. Yderligere har vi undersøgt det identificerede potentiale mere detaljeret gennem en spørgeskemaundersøgelse samt et interview og et fokusgruppeinterview. Ifølge Christensen et al. (2012, s. 5) er deltagerne i praksis værdifulde og uomgængelige partnere, da det ikke er muligt at forstå samt forbedre en praksis uden at få indblik i den viden, som deltagerne besidder. Derfor er det afgørende i et DBR-projekt at integrere deltagerne i alle faser, herunder identifikation af problemer, formulering af løsningsforslag samt afprøvning og forbedring af de foreslåede løsninger.

LAB-fasen

Den næste fase i et DBR-projekt går ud på at udvikle didaktiske løsningsforslag på baggrund af den udvundne viden fra kontekstfasen. Her anvendes designmetodologi til at udvikle de første prototyper, hvoraf den nye tilegnede viden og indsigt om problemfeltet kombineres med *designprincipper* og *design framework*. Således skal forskerne i fællesskab med deltagerne generere fælles forslag, idéer og løsninger til problemfeltet (Christensen et al., 2012, s. 12). Her er det vores opgave som forskere at lytte til de adspurgte omkring deres behov, erfaringer og oplevelser med museer, for at kunne designe et løsningsforslag til det identificerede innovationspotentiale.

Interventionsfasen

Denne fase omhandler afprøvning i praksis samt analyse, evaluering og forbedring af designet. Det vil sige, at designet fra LAB-fasen afprøves i praksis på deltagerne. Dette kaldes et *designeksperiment*, hvor designet udføres og evalueres. Formålet med at evaluere en

prototype er at få nødvendige input til analysen, som har fokus på, hvordan man reducerer forskellen mellem det intendede design, implementerede design og det realiserede design. Denne analyse danner dermed grundlag for en revidering af designet, hvorefter den iterative proces gentages (Christensen et al., 2012, s. 13-14). Derfor har vi under designeksperimentet konsekvent holdt konteksten in mente for at sikre, at designets intentioner er realiserbare (Christensen et al., 2012, s. 13).

Refleksionsfasen

Den sidste fase omhandler generalisering, og hvorvidt designet kan fungere i forskellige typer af kontekster. Dette vil sige, at formålet med et DBR-projekt ikke kun handler om at forstå, hvad der sker i en bestemt kontekst, men også at kunne demonstrere relevansen af en intervention i andre kontekster. Ved afslutningen af DBR-projektet gennemføres en summativ evaluering, som omfatter vurderingen af designets potentiale for at blive overført eller tilpasses til andre lignende kontekster (Christensen et al., 2012, s. 14). Evalueringen af et design sigter altså mod at forbedre det, snarere end blot at bevise kvaliteten af en prototype. Evalueringen undersøger designets gennemførlighed i daglig praksis, dets relevans for brugerne, dets overholdelse af deltagernes krav til designet (Christensen et al., 2012, s. 6). Ifølge Christensen et al. er målet at udvikle designteorier, der kan bidrage til forklaring på, hvorfor noget virker i en specifik kontekst, og hvordan det eventuelt kan adopteres i nye kontekster (Christensen et al., 2012, s. 8).

I de fire følgende afsnit vil ELYK-modellens fire faser udspille sig. Den første fase er kontekstfasen, som udgør første fase i modellen.

Kontekstfasen



I denne fase undersøges genstandsfeltet og dets innovationspotentiale. Dette inkluderer desk research af eksisterende litteratur, dataindsamling og relevant teori, som danner grundlag for specialets videre undersøgelse.

3. Kontekstfase

Med afsæt i nærværende speciales metodiske afsæt og videnskabsteoretiske tilgang omhandler første fase at indsamle viden ved at interagere med feltet og forske deri. Dette er for at undersøge hvilke behov og udfordringer der ligger i genstandsfeltet, og hvorledes vi kan identificere et innovationspotentiale. Derfor redegøres der i følgende fase for specialets desk research og den udvundne indsigt i eksisterende litteratur og teori. Herudover indsamles data, der danner grundlag for undersøgelsen. Derfor udfoldes først et litteraturreview til at redegøre for tidligere undersøgelser inden for feltet. Dette bidrager til en øget forståelse inden for specialets genstandsfelt og påpeger relevansen af nærværende undersøgelse. Dernæst redegøres der for de dataindsamlingsmetoder, der er benyttet til at indsamle viden fra målgruppen, hvilket både indebærer kvantitative og kvalitative undersøgelser. Resultaterne fra disse undersøgelser samt viden fra litteraturreviewet bidrager til grundlaget for vidensfeltet som udmunder i en probleminidentifikation. Med afsæt i probleminidentifikationen inddrages teori om *ny museologi*, *interaktive udstillinger*, *visitor attention*, *vaner* og *motivation*, der findes relevant for at kunne besvare specialets problemformulering.

3.1 Litteraturreview

Formålet med litteraturreviewet er at afdække eksisterende litteratur inden for specialets genstandsfelt. Reviewet bidrager til en større forståelse af feltet og giver et indblik i, hvad der kan være vigtigt at have for øje i forhold til museumsbesøgende og deres motivation og engagement. I dette afsnit udfoldes søgestrategien, litteraturudvælgelsen og en præsentation af resultaterne fra de undersøgelser, der blev fundet relevante for nærværende speciales genstandsfelt.

3.1.1 Søgestrategi

I nærværende speciale er der foretaget et *narrativt litteraturreview*, der ifølge Alan Bryman (2016, s. 91) indebærer en grundig gennemgang af eksisterende forskning og litteratur inden for det valgte interesseområde, hvor tidligere fund og studier opsummeres. Dette kan både fungere som et udgangspunkt for forskerens eget arbejde og som en metode til at afklare

forskningens potentielle bidrag. Ifølge Greenhalgh et al. (2018, s. 2) indebærer et narrativt review til en videnskabelig opsummering, fortolkning og kritik. Formålet med denne litterære gennemgang er at give en helhedsforståelse af det undersøgte vidensfelt og opnå en plausibel sandhed ved hjælp af velbegrundet indsigt, som vil være overbevisende for andre fagfolk. Formålet med det narrative litteraturreview er at indsamle viden fra andre empiriske undersøgelser og dermed øge forståelsen inden for et specifikt emne (Greenhalgh et al., 2018, s. 3).

3.1.2 Udvælgelse af litteratur

I nærværende speciale anvendes databasen Scopus til at søge efter litteratur og eksisterende viden indenfor feltet. Denne database muliggør en bred søgning, men giver samtidig mulighed for at indstille specifikke søgekriterier. Dermed bliver søgningen præciseret i forhold til emnefeltet. I søgeprocessen er der taget udgangspunkt i specialets genstandsfelt, og på baggrund heraf er der udformet søgeord til at finde relevante artikler. Litteratursøgningen resulterede i tre forskellige emner, som henholdsvis er *Besøgende versus ikke-besøgende*, *Kommunikationsstrategier* og *Initiativer på museer*. Under litteratursøgningen valgte vi, at søgeordene kun skulle fremstå blandt artiklernes titler, abstracts og keywords for at præcisere søgningen så vidt muligt. Dernæst screenede vi artiklernes overskrifter og abstracts og udvalgte artiklerne på baggrund af deres relevans for specialets genstandsfelt. Dette resulterede i de artikler, der er oplyst i skemaet nedenfor, som dermed udgør litteraturen for reviewet (Figur 2).

Emne	Forfattere	Antal artikler
Besøgende versus ikke-besøgendes motivation	(Hendon, 1990), (Kirchberg 1996), (Kluge-Pinsker & Stauffer, 2021), (Lin, 2006), (Lin, 2009), (Miller, 2011), (Prentice, Davies & Beeho, 1997)	7
Engagement på museer	(Boonen, van der Heijden & Giaccardi, 2018), (Dancstep, Gutwill & Sindorf, 2015), (Hong, Jo, Kang & Lee, 2023), (Li og Huang, 2023), (Yang & Guo, 2024)	5
Initiativer på museer	(Antoniou, Dejonai & Lepouras, 2019), (Barata, Gama, Jorge & Gonçalves, 2013), (Bernier, 2003), (Cordova-Rangel og Caro, 2023), (Klopfer, Perry, Squire, Jan & Steinkuehler, 2005), (Wang & Nunes, 2019)	6

Figur 2: skema over litteratur

I de tre følgende afsnit præsenteres de tre emner, der er opstået i forlængelse af litteratursøgningen. Herunder vil udvælgelsen af litteraturen samt resultaterne derfra også ekspliciteres.

3.1.3 Emne 1: Besøgende versus ikke-besøgendes motivation

Den første litteratursøgning har til hensigt at opnå indsigt i tidligere undersøgelser, der beskriver museumsbesøgendes oplevelser, og hvorfor de besøger museer eller ikke gør. På baggrund af dette fokus er der taget et valg om at lave følgende søgning: *“Non-visitors AND museum OR museums”*. Dette resulterede i 30 resultater i Scopus database. Herefter fravalgte vi alle artikler, der ikke var peer-reviewed, alle dubletter og screenede abstract på baggrund af relevans for undersøgelsen. Dette resulterede i 12 artikler. Disse artikler blev nærmere gennemlæst. Artikler kun med fokus på de besøgendes socioøkonomiske forhold frem for deres oplevelser blev udelukket grundet relevans. Herudover blev artikler med fokus på ældre besøgende også udelukket. Dette resulterede i syv artikler, som er inddraget i litteraturreviewet. Resultaterne af undersøgelserne fra disse syv artikler vil her fremføres.

I en undersøgelse af William S. Hendon (1990, s. 439), blev amerikanernes deltagelse på kunstmuseer udforsket. Undersøgelsen viste, at de besøgende typisk tilhører højere uddannelses-, beskæftigelses- og indkomstgrupper end personer, som ikke besøger museer. Undersøgelsen viste også, at museumsbesøgende er mere tilbøjelige til at have haft kunstundervisning som børn end ikke besøgende, men at dette ikke havde en direkte indflydelse på, hvorvidt man besøger museer eller ej. Derudover viste undersøgelsen, at det i højere grad er kvinder, der besøger museer end mænd. Generelt er der flere unge voksne, der besøger museer end ældre, og de kommer i højere grad fra storbyer end fra landet (Hendon, 1990, s. 440). Af undersøgelsen fremgik det også, at de personer, der besøger museer, også i højere grad deltager i andre kulturelle aktiviteter såsom teater, jazz, ballet og opera (Hendon, 1990, s. 441). En anden undersøgelse, der også understøtter, at kvinder er hyppigere museumsgæster end mænd, er en undersøgelse af Volker Kirchberg (1996). Denne viste nemlig, at kvinder i langt højere grad end mænd besøger kunstmuseer, men at mænd i højere grad besøger videnskabelige museer (Kirchberg, 1996, s. 249). Undersøgelsen viste også, at der findes en sammenhæng mellem uddannelsesniveauet, og hvorvidt man besøger kunstmuseer. Des højere uddannelsesniveau jo større er chancen for, at man besøger et kunstmuseum. Hertil viste undersøgelsen også, at personer, som arbejder inden for manuelle erhverv, er mindre tilbøjelige til at besøge museer (Kirchberg, 1996, s. 256). Slutteligt viste undersøgelsen, at der er flere ældre, der besøger kunstmuseer og flere yngre, der besøger naturhistoriske museer (Kirchberg, 1996, s. 256-257).

En undersøgelse af Richard Prentice, Andrea Davies og Alison Beeho (1997, s. 45) undersøger den generelle motivation for personer, der besøger museer eller ikke besøger museer i Edinburgh. Af undersøgelsen fremgår det, at ligesom i de foregående undersøgelser, er det i højere grad personer af højere uddannelsesgrad, der besøger museer. Herudover er unge voksne mindst tilbøjelige til at besøge kulturattraktioner og ligesom i de forudgående undersøgelser, er kvinder også her overrepræsenterede hyppige besøgende på kunstmuseer (Prentice et al., 1997, s. 51). Af undersøgelsen fremgår det, at motivationen for at besøge museer er utrolig kompleks og inkluderer generel interesse og sociale motiver. Manglende interesse er ikke den mest fremtrædende årsag til ikke at besøge museer, det er manglende tid derimod (Prentice et al., 1997, s. 51-53). Motivationen for at besøge museer påvirkes generelt ikke af socioøkonomiske forhold, men derimod af alder. Ældre besøgende vægter

interesse og viden højt, mens yngre besøgende i højere grad vægter tidsfordriv og socialt samvær (Prentice et al., 1997, s. 54-55). Helt generelt viste undersøgelsen, at museerne i højere grad bør præsentere sig selv som 'livsstilsprodukter' frem for museer for at tiltrække nye besøgende. Dette kan nemlig fremme alle de aktiviteter som museet også besidder og motivere de ikke-besøgende (Prentice et al., 1997, s. 67).

En undersøgelse af Young-Neng Lin (2006, s. 306) viser, at hovedårsagen til at ikke-besøgende undlader at besøge museer er manglende interesse. Denne manglende interesse kommer af, at de mere lavtlønnende afskrækkes af den stærke forbindelse, der oftest ses mellem museumsbesøgende og uddannelse. Generelt af undersøgelsen fremgik museumsbesøg af lav prioritet som fritidsaktivitet blandt respondenterne af undersøgelsen. Museer blev i højere grad betragtet som ferieattraktioner (Lin, 2006, s. 306). De ikke-besøgende respondenter havde et ønske om, at museer i højere grad skulle fungere som fritidssteder, og at museer derfor også bør markedsføre sig om steder for udforskning og underholdning og ikke kun for uddannelse og læring (Lin, 2006, s. 309-311). For at forbedre museernes tilbud ønsker ikke-besøgende interaktive udstillinger og attraktive multimediepræsentationer. De ønsker også mere håndgribelige oplevelser med mulighed for at håndtere udstillingsgenstande (Lin, 2006, s. 311-312). I en nyere undersøgelse af Lin (2009, s. 112) viser det sig, at de besøgendes oplevelser handler om meget mere end bare udstillingerne. Respondenterne ønsker, at museerne skal udbyde en veludstyret pakke af produkter og serviceydelser for at motivere de besøgende til at komme. Forskningen viste, at både besøgende og ikke-besøgende foreslog længere åbningstider, bedre catering, attraktive museumsbutikker, mere indbydende udstillinger, workshops og flere film og videoer, som forbedringer til museerne. Herudover angav respondenterne også komfortable omgivelser, hjælpsomt personale, og rimelige adgangsgebyrer som motivationsfaktorer for at besøge museer (Lin, 2009, s. 114). Undersøgelsen viste ydermere, at de besøgende er tilfredse med deres museumsbesøg, når museets performance lever op til deres forventninger. Højere tilfredshed for de besøgende medfører større loyalitet og villighed til at anbefale deres oplevelse med andre (Lin, 2009, s. 106). I en undersøgelse af Kathleen J. Miller (2011, s. 91) undersøges det, hvilke fritidsbehov de ikke-besøgende til museer har. Forskningen viser, at over 90 procent af respondenterne svarede, at de prioriterede at tilbringe tid med familie eller venner, når de har fri. Herudover svarede lidt over 80% at deres vigtigste behov, hvis de

besøgte et museum i deres fritid, var at tilfredsstille deres nysgerrighed omkring en udstilling (Miller, 2011, s. 97-98). Undersøgelsen viser ydermere at ikke-besøgende i høj grad ønsker at slappe af og oplade i deres fritid (Miller, 2011, s. 98). En anden undersøgelse viser også, at ikke-besøgende muligvis holder sig fra museer, fordi de oplever museer som skræmmende og ekskluderende. Dette grundet opfattelsen af, at museumsbesøg kræver specialiseret viden og kultiveret æstetisk smag. Herudover har mangel på tradition for museumsbesøg i barndommen eller andre familiære erfaringer indflydelse på, om man besøger museer som voksen. Det samme gælder for manglende indflydelse fra socialt netværk, der opmuntrer til museumsbesøg frem for andre aktiviteter, hvilket også medfører færre museumsbesøg for de ikke-besøgende (Kluge-Pinsker & Stauffer, 2021, s. 65-66).

3.1.4 Emne 2: Engagement på museer

Dette afsnit omhandler, hvordan man kan engagere museumsgæster i deres museumsbesøg. I denne søgning er der derfor benyttet følgende søgeord: *“museums OR museum AND visitor OR visitors AND engagement AND experience”* blandt artiklernes titler, abstracts eller i keywords. Her fremkom 43 artikler, hvortil vi screenede titler og abstracts og udvalgte 5 af dem på baggrund af deres relevans for nærværende speciales genstandsfelt. Artikler, der fokuserer på sociale medier, online museer og undervisning, er frasorteret, da der ikke er fokus på dette i undersøgelsen. Hermed fremføres en gennemgang af litteraturen.

I en undersøgelse af Sophie Boonen, Martijn van der Heijden og Elisa Giaccardi (2018, s. 45) undersøges det, hvordan man kan skabe et større engagement hos førstegangsbesøgende på Designmuseet i London. Boonen et al. (2018, s. 47) skriver: *“Attracting visitors to the museum is one challenge, engaging them when they do come is another.”* hvilket opsummerer den udfordring, der udforskes i denne undersøgelse. Udfordringen var at skabe et produkt eller en service, der inspirerede besøgende og motiverede dem til at engagere sig i museet. De nuværende besøgende på museet kan ifølge Boonen et al. (2018, s. 45) inddeles i to typer: eksperter med særlig interesse for design og nybegyndere, der er nye inden for design. Brugerundersøgelser afslørede en mangel på engagement blandt de førstegangsbesøgende, hvilket ofte skyldes deres lave forventninger til besøget og antagelsen om, at design ikke er noget for dem. For at engagere disse besøgende bør museet arbejde på at fjerne opfattelsen af, at design er eksklusivt, udvide

førstegangsbesøgendes syn på, hvad design kan være, og skabe en varig oplevelse, der rækker ud over det traditionelle museumsbesøg. Et initiativ, der blev afprøvet, var et "designbibliotek", hvor de besøgende kunne låne designs og dokumentere deres oplevelser via en mobilapp. Appen gjorde disse oplevelser tilgængelige for andre besøgende, og hjalp med at udvide – især de førstegangsbesøgendes – forståelse af design. Selvom designbiblioteket stadig var en prototype, viste det potentiale for at ændre de førstegangsbesøgendes holdning til design og forbedre deres forventninger før museumsbesøget (Boonen et al., 2018, s. 62). Resultaterne fra undersøgelsen tyder på, at designmuseet kan forbedre besøgendes oplevelse ved at skabe klarhed omkring, hvad de kan forvente, og ved at styre, hvordan de oplever udstillingerne. Ved at opfordre de besøgende til at lede efter noget "uventet" og "inspirerende", går de ind i udstillingen med en forventning om, at museet vil være nyt og anderledes. Det handler ikke kun om, hvad de besøgende rent faktisk oplever, men også om, hvad de forventer at opleve. Jo mere åbne de besøgende er, jo mere sandsynligt er det, at de vil engagere sig i museet (Boonen et al., 2018, s. 57). For at engagere et bredere publikum i det nye designmuseum bør det ifølge Boonen et al., (2018, s. 71-72) tilbyde mere end blot en behagelig besøgsoplevelse. Det handler ikke kun om at indsamle de rigtige genstande og kuratere store udstillinger, men også om at indsamle og dele historier fra besøgende selv. Denne undersøgelse påviste, at folk var meget interesserede i at høre personlige fortællinger og værdsatte genstande, der vækkede minder og fremkaldte følelsesmæssige reaktioner. Designbiblioteket som initiativ aktiverede de besøgende og gav dem en grund til at vende tilbage til museet. Denne tjeneste berører flere niveauer af de besøgendes engagement. Den giver dem mulighed for at opdage, se på og værdsætte designobjekter og føle et behov for at samle på dem. Dernæst får de lov til at eje museumsgenstande midlertidigt for bedre at forstå design. Dette stimulerer dem til at fordybe sig i brugen af genstandene og diskutere deres værdi med andre brugere (Boonen et al., 2018, s. 72).

En anden undersøgelse af Toni Dancstep, Joshua P. Gutwill og Lisa Sindorf (2015, s. 401) undersøgte, hvordan besøgsoplevelsen på museer adskiller sig ved henholdvis (immersive) fordybende udstillinger og (tabletop) bordudstillinger. Formålet var at forstå, hvordan disse udstillingstyper påvirker de besøgendes fysiske, følelsesmæssige og kognitive engagement. Ifølge undersøgelsen er det ofte blevet antaget af museums ansatte, at

fordybende udstillinger er mere tiltrækkende, engagerende og effektive til læring end traditionelle bordudstillinger. For at teste denne antagelse sammenlignede forskerne oplevelserne ved begge udstillingstyper. Hypotesen var, at fordybende udstillinger ville være mere engagerende, sjove, sociale og mindeværdige, og at de ville fremme større intellektuelt engagement (Dancstep et al., 2015, s. 402). I undersøgelsen interagerede 60 familier med fordybende udstillinger, og 60 familier med bordudstillinger. Deltagerne blev tilfældigt udvalgt, videofilmet, interviewet og bedt om at udfylde spørgeskemaer (Dancstep et al., 2015, s. 407). Resultaterne viste, at besøgende brugte mere tid på bordudstillinger end på fordybende udstillinger. Voksne tilbragte i gennemsnit 4,05 minutter ved bordudstillinger sammenlignet med 2,89 minutter ved fordybende udstillinger, mens børn brugte henholdsvis 4,06 og 2,89 minutter. Dette indikerer, at bordudstillingerne var mere effektive til at fastholde de besøgendes opmærksomhed (Dancstep et al., 2015, s. 408). Undersøgelsen fandt ydermere, at bordudstillingerne fremmede mere indholdsmæssig og intellektuel interaktion (Dancstep et al., 2015, s. 415). Herudover fandt undersøgelsen, at fordybende udstillinger havde en større affektiv appel. De besøgende lavede flere positive kommentarer om deres oplevelser ved fordybende udstillinger og nævnte ofte sociale aspekter som at kunne opleve udstillingerne sammen med andre (Dancstep et al., 2015, s. 414). Slutteligt fandt undersøgelsen, at der ikke var en markant forskel i de besøgendes hukommelse af de forskellige udstillingstyper (Dancstep et al., 2015, s. 416). Undersøgelsen konkluderede, at både fordybende udstillinger og bordudstillinger havde hver deres styrker. De fordybende udstillinger viste sig at være mere engagerende og sjove, især socialt, mens bordudstillingerne i højere grad fremmede længere opmærksomhed og intellektuel interaktion. Resultaterne udfordrer antagelsen om, at fordybende udstillinger altid er bedre til at fremme læring og engagement. Forskerne anbefaler, at museer overvejer at integrere både fordybende udstillinger og bordudstillinger for at drage fordel af deres forskellige styrker. Dette kan skabe en mere varieret og rig besøgsoplevelse, der både engagerer følelsesmæssigt og intellektuelt (Dancstep et al., 2015, s. 417-418).

Ifølge Wenhua Li og Xiaojie Huang (2023, s. 136) tilbyder fordybende udstillinger en ny og spændende måde for folk at opleve kunst på, og har potentiale til at udvide grænserne for traditionelle kunstudstillinger. Disse udstillinger kan skabe en dybere forståelse og påskønnelse af kunsten og de underliggende idéer ved at give besøgende en mere interaktiv

og engagerende oplevelse. En fordybende kunstudstilling er en type udstilling, hvor besøgende er fuldstændig opslugt af kunstopplevelsen. De er ofte designet til at være interaktive, så de besøgende kan engagere sig i kunstværket på en måde, der ikke er mulig i traditionelle udstillinger. Traditionelle kunstudstillinger indebærer typisk, at man ser kunsten på afstand, mens fordybende udstillinger giver publikum mulighed for at leve sig helt ind i kunstopplevelsen (Li & Huang, 2023, s. 136). Denne undersøgelse foreslår en ramme for design af fordybende oplevelser, som giver en struktureret tilgang med fire vigtige elementer: historie, rum, teknologi og interaktivitet. Ved at følge denne ramme kan designere skabe meningsfulde og engagerende fordybende oplevelser (Li & Huang, 2023, s. 147-148). Elementet historie refererer til fortællingen eller temaet for den fordybende oplevelse og omfatter elementer som omgivelser, karakterer, plot og det overordnede budskab. Elementet rum refererer til det fysiske miljø, hvor den fordybende oplevelse finder sted, og omfatter overvejelser som rummets indretning, brugen af lys og lyd samt brugen af rekvisitter og andre fysiske elementer. Teknologielementet refererer til brugen af teknologi i den fordybende oplevelse, herunder brugen af virtual eller augmented reality eller andre interaktive teknologier. Elementet interaktivitet henviser til, hvordan brugeren kan interagere med den fordybende oplevelse gennem fysisk bevægelse, berøring og andre former for interaktion. Ifølge Li og Huang (2023, s. 138) bør alle fire elementer overvejes for at skabe en virkelig fordybende oplevelse, der engagerer brugerne på flere niveauer. Dertil har designrammen seks trin, der kan bidrage til at skabe den fordybende oplevelse. Først og fremmest skal formålet med den fordybende oplevelse defineres, og hvorledes man ønsker at engagere brugeren. Dernæst skal historien og temaet for oplevelsen udvikles. Her fokuseres der på settingen, de opstillede karakterer, og hvad der er den overordnede besked eller handling. Derudover skal det fysiske miljø, hvor oplevelsen vil finde sted, overvejes. Dette indebærer brug af lys, lyd og andre elementer. Trin fire går ud på at bestemme hvilken teknologi, der skal benyttes og hvordan. Dernæst skal det planlægges, hvordan brugeren vil kunne interagere med oplevelsen, og hvordan disse interaktioner vil støtte den overordnede historie og tema. Slutteligt, skal der laves en prototype og test af den fordybende oplevelse for at sikre, at den opfylder de ønskede mål og giver en meningsfuld oplevelse for brugeren (Li & Huang, 2023, s. 138-139). Ved at benytte denne tilgang kan man ifølge Li og Huang (2023, s. 148) skabe en fordybende oplevelse på museet. Derudover er det vigtigt, at fordybende

kunstudstillinger balancerer mellem at skabe en engagerende oplevelse og at give mulighed for refleksion og forståelse af selve kunsten. Overdreven fokus på teknologi og design kan fjerne opmærksomheden fra kunstværkerne. Veludformede fordybende kunstudstillinger kan forbedre besøgendes refleksion og forståelse af kunsten ved at tilbyde nye måder at engagere sig med værkerne på. For eksempel kan interaktive elementer og uddannelsesmaterialer hjælpe besøgende med at udforske og forstå kunstværkernes kontekst og baggrund (Li & Huang, 2023, s. 147-148).

Seungkyun Hong, Yein Jo, Youna Kang og Hyun-Kyung Lee (2023, s. 92) undersøger ligeledes, hvordan engagement influerer museumsoplevelsen, og hvad interaktive udstillinger gør for de besøgendes oplevelse. Ifølge Hong et al. (2023 s. 92-93) er museer nemlig ved at transformere deres rolle fra blot at være opbevaringssteder for historiske, kulturelle eller kunstneriske værdigenstande til at være læringsrum for offentligheden. Med teknologiske fremskridt er interaktive medier blevet mere overkommelige og mulige at implementere på museer, hvilket muliggør, at viden kan formidles på mere underholdende måder. Forskerne undersøgte, hvordan de besøgendes forventninger, opmærksomhed, engagement, fordybelse og hukommelse havde indflydelse på deres oplevelse (Hong et al., 2023, s. 94). I undersøgelsen fandt de, at de besøgende kun blev opmærksomme på en udstilling, hvis deres forventninger stemte overens med denne. Først når den besøgende var opmærksom på udstillingen, ville vedkommende begynde at interagere med den (Hong et al., 2023, s. 102). Det, som undersøgelsen særligt fandt frem til, var, at når de besøgende begyndte at interagere med udstillingen, var det muligt at opnå legende eller behagelige følelser – altså en følelse af at have det sjovt (Hong et al., 2023, 103). Ifølge Hong et al. (2023, s. 103) fandt undersøgelsen følgende faktorer, der kunne fremme følelsen af at have det sjovt; hvis udstillingen passede til den besøgendes interesser, hvis den besøgende fuldt forstod udstillingens formål, og hvordan man interagerer med den, hvis resultatet tilfredsstillede den besøgende, og hvis den besøgende blev opmuntret af de personer, de kom med. I undersøgelsen fandt de ydermere, at når de besøgende havde en oplevelse af at have det sjovt, ville de fordybe sig mere i udstillingen. Én faktor, der bidrog til fordybelse, var udfordringsniveauet for indholdet; dette refererer ikke kun til dets sværhedsgrad, men snarere til, hvor rimeligt det er at opnå. Undersøgelsen viste, at de besøgende var mere fordybende, når udfordringsniveauet var moderat, ledsaget af et forståeligt mål og

brugervenlighed (Hong et al., 2023, s. 103). Hertil fandt undersøgelsen, at de besøgende delte deres oplevelser med andre på museet, når de fandt en udstilling sjov og fordybede sig i den. Slutteligt fandt undersøgelsen, at hvis de besøgende gennemlevede alle faktorer (forventning, opmærksomhed, engagement, sjov, fordybelse og deling), vil det øge den besøgendes hukommelse af deres oplevelse og kan bidrage til, at den besøgende potentielt vil besøge museet igen (Hong et al., 2023, s. 104). Undersøgelsen fandt således, at interaktive udstillinger kan skabe en mere mindeværdig oplevelse for de besøgende gennem engagement og følelsen af at have det sjovt. Dette kan bidrage til en dybere kulturel forståelse og en større lyst til at genbesøge museet (Hong et al., s. 105-106)

Ifølge Haoran Yang og Liqun Guo (2024, s. 1) har museer altid været vigtige kulturelle institutioner, der bevarer og præsenterer artefakter og kunstværker. Strategierne for at fremvise disse samlinger har dog ændret sig markant over tid på grund af teknologiske fremskridt og ændrede besøgsforventninger. I undersøgelsen af Yang og Guo (2024, s. 2) undersøges udviklingen af nye udstillingsstrategier i museer, hvor fokus er på overgangen fra traditionelle til digitale tilgange. Artiklen fremhæver skiftet fra statiske udstillinger til interaktive og fordybende oplevelser, der øger besøgendes engagement og kulturelle forståelse. Herunder har teknologi og multimedier bidraget til at revolutionere udstillingsrummene, hvilket gør det muligt for museer at præsentere forskellige fortællinger og perspektiver. Denne udvikling har forbedret besøgsoplevelsen og øget museernes kulturelle værdi, hvilket gør dem mere tilgængelige og relevante for et bredere publikum (Yang & Guo, 2024, s. 2). Udfordringerne med den traditionelle udstillingsmetode bliver stadig mere tydelig. Den konventionelle form kan ikke opfylde museets moderne mål eller de besøgendes psykologiske behov. Derfor skal udstillingsdesignet opdateres og optimeres. En god udstilling bør være let og behagelig at opleve og tilbyde en flerdimensionel, dyb oplevelse (Yang & Guo, 2024, s. 2). Ifølge Yang og Guo (2024, s. 10) skabte traditionelle udstillinger ofte en afstand mellem artefakter og besøgende. Digitale teknologier har dog gjort det muligt at skabe engagerende udstillinger, der øger tilgængeligheden gennem virtuelle ture og online platforme. Dette har ført til innovative fortælleteknikker som videoer, animationer og virtuel virkelighed. Selvom det er udfordrende at balancere integrationen af teknologi med bevarelsen af artefakternes autenticitet, har digitale teknologier forvandlet udstillingsrum fra statiske til dynamiske, interaktive miljøer. Ny mediekunst i udstillingsdesign øger brugerens

deltagelse og interaktion, hvilket skaber en mere meningsfuld besøgsoplevelse. Målet er at balancere teknologiske fremskridt med bevarelsen af kulturarv og forbedringen af besøgendes oplevelser. Digitale løsninger gør det muligt at genskabe historiske kontekster og skabe mere interaktive og medrivende udstillinger, der bringer kulturarven tættere på folks daglige liv (Yang & Guo, 2024, s. 10).

3.1.5 Emne 3: Initiativer på museer

Den sidste søgning, der er foretaget, omhandler, hvordan initiativer som eksempelvis spil kan designes og integreres på museer eller i udstillinger, samt hvilken effekt det har på de besøgende. Derudover er der fokus på, hvordan forskellige spil og initiativer generelt kan have indflydelse på de besøgendes engagement og motivation. For at finde frem til relevante undersøgelser indenfor dette felt, er der foretaget følgende søgning: "museum OR museums AND game OR games AND design AND play". Dette resulterede i 109 resultater, hvorefter vi fravalgte de artikler, der ikke var peer-reviewed samt dubletter. Herefter screenede vi abstracts på baggrund af relevans for undersøgelsen, hvilket resulterede i seks relevante artikler. Artikler med fokus på spil, der ikke foregik på museer, blev fravalgt. Artikler kun med fokus på brugen af én bestemt teknologi frem for spillets overordnede potentiale blev ligeledes udelukket. Herudover blev artikler kun med fokus på børns indlæring på museer også udelukket. I følgende afsnit vil der redegøres for resultaterne fra de udvalgte artikler.

Ifølge en undersøgelse af Roxanne Bernier (2003, s. 246) har fremkomsten af informationsteknologier såsom interaktive computere, virtual reality og internettet radikalt forandret kulturlandskabet. Interaktiv teknologi ændrer traditionelle udstillingsbesøg ved at give besøgende mulighed for at vælge indhold i deres eget tempo og efter personlig interesse. Brugen af IT på museer muliggør betydelige ændringer i måden, hvorpå besøgende tilegner sig viden, da teknologiske enheder skaber personlige undersøgelser og præsenterer indhold på nye måder sammenlignet med traditionelle midler som glasmontere, paneler og video. Bernier (2003, s. 266-267) observerede, hvordan besøgende interagerede med de interaktive computere, herunder hvor længe de engagerede sig med indholdet og hvilke funktioner de anvendte. Her fandt undersøgelsen, at besøgende sætter pris på spil og interaktive elementer, som engagerer dem aktivt og gør læring mere underholdende. Herudover fandt undersøgelsen dog, at selvom interaktive computere potentielt kan berige besøgendes

oplevelse og fremme læring, er det afgørende at udstillingsdesignere nøje overvejer brugergrænsefladen, indholdets relevans og måden, hvorpå informationen præsenteres. Derfor må brugergrænsefladen være intuitiv og tilpasset til brugerens forventninger og tekniske færdigheder. Derudover viser en anden undersøgelse, hvordan man kan koble museernes uddannelsesmæssige mål med specifikke spiltyper. Ifølge Meng Wang og Miguel Baptista Nunes (2019, s. 321) kan besøgende engageres mere med udstillingerne og opnå en rigere forståelse af kulturel og videnskabelig arv ved at integrere spil i museumsoplevelsen. Den kulturelle indflydelse fra museer bør ifølge Wang og Nunes (2019, s. 335) strække sig ud over deres fysiske rum og indhold. Museer kan opnå en stor del af denne indflydelse ved at fungere som steder for uformel læring. Nye teknologier kan hjælpe museer med at opnå dette mål, især hvis teknologierne anvendes kreativt på måder, der motiverer besøgende til at lære. Mere fantasifulde og dybdegående spil, såsom dem, der involverer simulationer eller skaber muligheder for udforskning, tillader besøgende at manipulere virtuelle artefakter eller bevæge sig gennem en repræsentation af den verden, hvor artefakterne blev skabt. Sådanne spil kan derfor tilføre værdi til museumsbesøg og dybde til den uformelle læringsoplevelse (Wang & Nunes, 2019, s. 335).

I en undersøgelse af Gabriel Barata, Sandra Gama, Joaquim Armando Pires Jorge og Daniel Gonçalves (2013) blev der anvendt *gamification* til at forbedre engagement og læring i en uddannelseskontekst. Forskerne introducerede spilelementer som erfaringspoint, niveauer, badges, udfordringer og ranglister i et universitetskursus for at undersøge deres effekt på studerendes deltagelse og præstationer (Barata et al., 2013, s. 1). Resultaterne fra denne undersøgelse viste betydelige forbedringer i de studerendes opmærksomhed over for deres deltagelse og proaktivitet. De studerende i undersøgelsen oplevede kurset som værende mere motiverende og interessant end traditionelle kurser, hvilket afspejler en øget motivation og tilfredshed med læringsoplevelsen. Samlet set illustrerer undersøgelsen, hvordan integrationen af spilelementer kan fremme en mere aktiv og engageret læringstilgang. Dette forbedrede ikke blot de studerendes akademiske resultater, men også deres generelle interesse og engagement i læringsprocessen (Barata et al., 2013, s. 8). En anden undersøgelse af Angeliki Antoniou, Marios Ilias Dejonai og George Lepouras (2019, s. 342-343) undersøger på samme vis, hvordan spil kan bidrage til en mere moderne oplevelse fremfor traditionel oplevelse ved at tilføje digital tilstedeværelse på museer. I undersøgelsen

designes derfor et spil, der skal efterligne et escape room, hvilket der ifølge Antoniou et al. (2019, s. 343) ses en voksende interesse for. Et escape room er et spil, hvor deltagerne låses inde i et rum og spiller mod uret for at løse gåder, opdage spor og løse puslespil for at undslippe i tide (Antoniou et al., 2019, s. 343). Spillet, der blev udviklet til denne undersøgelse, kaldes *Museum Escape* og består af en række puslespil, præsenteret på forskellige måder, som vil være midlet til at undslippe fra det ene rum til det andet. Spilleren starter fra et rum inde i museet og bliver bedt om at løse gåder for at få adgang til nøglen, der hjælper deltageren med at bevæge sig til det næste rum. Gåderne inkluderer spil af opdagelse og observation, puslespil og vidensrelaterede spørgsmål om udstillingerne (Antoniou et al., 2019, s. 344). Ifølge ekspert- og brugertests fremkom det, at spillet var brugervenligt, og at spillet besad et uddannelsesmæssigt potentiale, da det indeholdt ægte museumsgenstande, og alle gåder var relateret til informationen bag de valgte objekter. Eksperterne pegede også på, at quizspørgsmålene fik spillerne til at forstå vigtige emner som statusforhold i det antikke samfund og elementer i den antikke religion (Antoniou et al., 2019, s. 349). En anden undersøgelse undersøgte også, hvordan et lignende spil havde indflydelse på museumsgæsterne. Jessica Cordova-Rangel & Karina Caro (2023, s. 387) udforskede, hvad inkorporering af videospil i udstillinger har af betydning for museumsgæster for at få dem til at være mere aktive og lære gennem sjove oplevelser. Her udformede forskerne også et spil med escape room mekanismer, der havde til formål at fremme besøgendes engagement gennem underholdning og læring. Spillet blev baseret på tre komponenter: udfordring, løsning og belønning, hvoraf fortællingen spillede en essentiel rolle. Cordova-Rangel og Caro (2023, s. 387) afprøvede spillets værktøjer og funktioner både på museumsansatte og besøgende. Resultaterne fra denne undersøgelse viste, at deltagerne havde positive holdninger til spillet og blev motiveret af belønningerne, som spillet havde. De museumsansatte påpegede ydermere, at spillet kunne anvendes i andre dele af museet. For at forbedre oplevelsen foreslog deltagerne at reducere mængden af tekst og tilføje konkurrencer med andre spillere for at fremme deres motivation. Selvom spillet blev anset for et godt supplement til museet, ønskede deltagerne nogle flere kategorier og valg af niveauer (Cordova-Rangel & Caro, 2023, s. 401). Denne type spil, der inkorporerer escape room mekanismer viser sig at være populær, da denne besidder underholdnings- og

uddannelsesmæssige formål. En udfordring ved denne type spil kan dog være, at det er en omfattende og dyr proces at udvikle for museerne (Cordova-Rangel & Caro, 2023, s. 389).

Flere undersøgelser udforsker også, hvad andre interaktive spiltyper og teknologiske elementer har af indflydelse på museumsoplevelsen. En undersøgelse af Eric Klopfer, Judy Perry, Kurt Squire, Ming-Fong Jan og Constance Steinkuehler (2005, s. 316) introducerer og evaluerer et interaktivt spil udviklet for at forbedre museumsbesøgendes engagement og læring gennem samarbejde og brug af håndholdte teknologier. Spillet, kaldet *Mystery at the Museum*, blev designet til at grupper af forældre og børn kunne dykke dybere ned i museets udstillinger, fremme forståelsen på tværs af forskellige udstillinger og opmuntre til samarbejde mellem besøgende. Udviklingen af spillet baserede sig på et iterativt designforløb, som involverede museumspædagoger, læringsforskere og teknologer. Spillet omfattede virtuelle karakterer, objekter, og opgaver, der relaterede sig til fysiske udstillinger på museet, og opfordrede spillerne til at udforske og samarbejde om at løse et mysterium (Klopfer et al., 2005, s. 318). Nogle af de vigtigste fund fra undersøgelsen var henholdsvis, at spillet motiverede de besøgende til at udforske museet mere dybdegående, idet mange udstillinger blev integreret i spillets narrativ og opgaver. Dette førte til, at både børn og voksne opdagede nye udstillinger og dermed oplevede udstillinger fra nye perspektiver. Derudover fremmede det samarbejde mellem de besøgende, da det krævede, at spillere samarbejdede og delte information for at løse mysteriet. Ydermere udtrykte nogle af deltagerne, som tidligere havde været tilbageholdende med at bruge teknologi, en nyfunden komfort med og interesse for at bruge håndholdte enheder som en del af læringsprocessen (Klopfer et al., 2005, s. 319). Resultaterne fra *Mystery at the Museum* indikerer, at teknologibaserede, interaktive spil har potentiale til at forbedre læringsoplevelsen i museumskontekster ved at øge engagement, fremme samarbejde og forbinde familier. Studiet understreger betydningen af at overveje teknologiens affordances i designet af spillet, der understøtter både individuel udforskning og social interaktion (Klopfer et al., 2005, s. 320).

3.1.6 Specialets genstandsfelt

Denne litteratursøgning har bidraget til at danne et overblik over, hvad der generelt kan engagere og motivere mennesker til at besøge museer og hvilke strategier, der kan ibrugtages

til at tiltrække endnu flere mennesker samt hvilken indflydelse gamification har på museumsbesøgende. Dog står det klart, at det er marginalt, hvad der findes af empiriske undersøgelser og litteratur, der udelukkende beskriver mænds motivation til at besøge museer og fokuserer på, hvad der kan engagere dem i deres museumsbesøg. Derfor bidrager nærværende speciale til at nuancere og udvide videnshorisonten om unge mænds oplevelser af museer, og hvad der kan aktivere og engagere dem i deres museumsbesøg. På baggrund af viden fra eksisterende litteratur og vores egne undersøgelser, søger vi at tilføje værdifuld indsigt og en dybere forståelse indenfor dette område.

3.2 Dataindsamlingsmetoder

I følgende afsnit udfoldes tilgangen til indsamlingen af data, der danner grundlag for specialets empirigrundlag. Da vi som tidligere beskrevet, arbejder ud fra et pragmatisk ståsted, hvor viden erkendes gennem praksis, skal vi som forskere interagere med det undersøgte felt. Derfor er der taget et valg om at anvende både kvantitative og kvalitative dataindsamlingsmetoder, da denne kombination kan give os større indsigt i det undersøgte felt. Derfor redegøres der for specialets dataindsamlingsmetoder, som indebærer en spørgeskemaundersøgelse og et fokusgruppeinterview. Derudover forklares det, hvordan den indsamlede empiri bearbejdes og analyseres.

3.2.1 Mixed methods

Nærværende speciale anvender både kvantitative og kvalitative dataindsamlingsmetoder, hvorfor det kan argumenteres, at der anvendes *mixed methods research*. Mixed methods research er ifølge Bryman (2016, s. 635-636) undersøgelser, hvor *kvantitative* og *kvalitative* metoder kombineres i et forskningsprojekt. Dette indebærer indsamling, analyse og fortolkning af både kvantitative og kvalitative data. Den kvantitative metode anvender typisk numeriske data og statistik indsamlet fra eksempelvis spørgeskemaer. Analysen af disse data fokuserer på at identificere mønstre og at kunne generalisere resultaterne til en større population (Bryman, 2016, s. 149-150). Derimod anvender kvalitativ metode ikke numeriske data, men lægger vægt på ord, personlige udsagn og søger at opnå indsigt i komplekse fænomener eksempelvis via interviews. Den data, der genereres, fortolkes af forskeren for at forstå meningerne og mønstrene, hvilket eksempelvis sker gennem en *tematisk analyse*

(Bryman, 2016, s. 378-381). Herved er kvalitativ forskning mere subjektiv (Bryman, 2016, s. 383-385), mens kvantitativ forskning stræber efter objektivitet og pålidelighed gennem standardiserede målinger og statistiske metoder (Bryman, 2016, s. 163). Ifølge John Creswell (2017, s. 10) går mixed method-tilgangen i spænd med pragmatismen, hvilket er specialets videnskabsteoretiske ståsted. Ved at anvende mixed methods kan forskere kombinere kvantitative og kvalitative data, der giver en mere omfattende og dybdegående forståelse af forskningsproblemet. Denne kombination af dataformer resulterer i en rigere indsigt, hvor forskellige perspektiver og datakilder kan komplementere hinanden. Dermed understøttes mixed methods-forskerens mål om at skabe praktisk anvendelig viden, der kan navigere og tilpasse sig forskellige kontekster og realiteter (Creswell, 2017, s. 10).

Ifølge Creswell (2017, s. 18) er mixed methods-tilgangen nyttig, når enten den kvantitative eller kvalitative tilgang alene er utilstrækkelig for at forstå et forskningsproblem, eller når styrkerne ved både kvantitativ og kvalitativ forskning kan give den bedste forståelse. Eksempelvis kan forskere ønske at generalisere resultaterne til en befolkning såvel som at udvikle en detaljeret forståelse af betydningen af et fænomen. I nærværende speciale anvendes den kvantitative metode som forberedelse til den kvalitative metode, hvorfor vi anser den kvalitative metode for vores vigtigste dataindsamlingsmetode. Vi ønskede at opnå en generel indsigt i målgruppens museums-vaner og fritidsinteresser, for at danne os et overblik over, hvorfor eller hvorfor de ikke besøger museer. På baggrund af dette, kan det argumenteres, at vi arbejder ud fra det som Creswell (2009, s. 211) betegner *sequential explanatory strategy*. Denne strategi indebærer indsamling og analyse af kvantitative data i den første fase af forskningen, efterfulgt af indsamling og analyse af kvalitative data i den anden fase, hvilket bygger på resultaterne fra de indledende kvantitative fund. Denne metode anvendes typisk til at forklare og fortolke kvantitative resultater ved at indsamle og analysere supplerende kvalitative data. De to former for data er således adskilte, men forbundne. Det er særligt nyttigt, når uventede resultater opstår fra en kvantitativ undersøgelse, og den efterfølgende kvalitative dataindsamling kan anvendes til at undersøge disse overraskende resultater mere detaljeret. Det, at kombinere de to dataindsamlingsmetoder, tillader forskeren at udnytte styrkerne ved de to tilgange for at opnå en mere nuanceret forståelse af fænomenet. Kvalitative metoder kan bidrage med en kontekstuel forståelse og rige

beskrivelser, hvor kvantitative metoder kan give kvantificerbare resultater og mulighed for statistisk generalisering (Bryman, 2016, s. 621-623).

På trods af at vi i nærværende speciale har valgt at arbejde ud fra en mixed methods tilgang, er vi opmærksomme på, at der også følger en del kritik af den metodiske tilgang. Bryman (2016, s. 636) hævder, at kritikken hviler på, at metoderne udspringer af forskellige paradigmer og derfor er uforenelige. Derfor bør man have kvaliteten af undersøgelsen for øje, når to dataindsamlingsmetoder kombineres. Bryman (2009, s. 657) påpeger, at det er afgørende, at mixed methods forskningen er gennemarbejdet, da en dårligt udført forskning vil resultere i tvivlsomme resultater, uanset hvor mange metoder, der anvendes. En måde, hvorpå man kan sikre kvaliteten af mixed methods undersøgelser, er ved at beskrive de kvantitative og kvalitative overvejelser, der knytter sig til undersøgelsen. Dette kan man gøre ved en detaljeret udfoldelse af de metodiske komponenter, såsom sampling, dataindsamling og dataanalyse, samt de overvejelser der ligger til grund for dem (Bryman, 2016, s. 658). Derfor vil vi i de følgende afsnit detaljeret beskrive vores metodiske overvejelser, hvordan vi har anvendt metoderne til at generere data, samt hvordan vi efterfølgende har bearbejdet dem.

3.2.2 Spørgeskemaundersøgelse

Da vi som tidligere nævnt arbejder ud fra en sequential explanatory strategi, hvor undersøgelsen indledes af en kvantitativ undersøgelse, har vi valgt at påbegynde forskningen med en spørgeskemaundersøgelse. Overordnet set har spørgeskemaundersøgelsen til formål at opnå en bred indsigt i målgruppens museumsvaner, fritidsinteresser og deres kendskab til Glyptoteket samt til at rekruttere deltagere til vores fokusgruppeinterview. Dette er interessant at undersøge for at vurdere, om vores undersøgelse adskiller sig fra de resultater, der fremgår i de nationale brugerundersøgelser (Slots- og Kulturstyrelsen, 2023). Vi ønsker at få indsigt i målgruppens kendskab til Glyptoteket, da nærværende speciale fokuserer på nye tiltag til netop det museum, som kan højne unge mænds oplevelse af museet.

Udvælgelsen af respondenter til spørgeskemaundersøgelsen er sket ud fra en *formålsbaseret dataudvælgelse*. Denne udvælgelse af data er valgt, da den fokuserer på specifikke formål eller kriterier, der er relevante for forskningsspørgsmålet frem for repræsentativitet og generaliserbarhed som sandsynlighedsbaseret dataudvælgelse

fokuserer på (Seale, 2012, s. 144). Tilgangen til den formålsbaserede dataudvælgelse er foretaget ud fra det som Seale (2012, s. 145) betegner *volunteer sample* også kaldet *frivillig udvælgelse*. Denne tilgang sker ved, at spørgeskemaet publiceres på forskellige platforme, hvor personer, der er interesserede i at besvare det, har muligheden for at gøre det. I dette tilfælde er spørgeskemaet blevet publiceret ved at blive udsendt til alle studerende ved Institut for Kommunikation og Psykologi på Aalborg Universitet. Herudover er det blevet publiceret på vores Facebook, Instagram og LinkedIn profiler. Ved udsendelsen af spørgeskemaet blev det opstillet som kriterium, at alle respondenterne skulle identificere sig som mænd og være i alderen 18-30 år. Spørgeskemaundersøgelsen var aktiv fra d. 5. marts 2024 til d. 20. marts 2024. Dette resulterede i 126 fuldendte besvarelser.

Spørgeskemaundersøgelsen blev udformet i SurveyXact by Ramboll og bestod af 21 spørgsmål opdelt i tre forskellige dele. Første del indebar spørgsmål angående demografiske forhold såsom alder, bopæl og uddannelsesniveau. Anden del indebar spørgsmål angående respondentens fritidsinteresser og museumsvaner, og den sidste del omhandlede deres kendskab til Glyptoteket. Spørgeskemaet samt resultaterne heraf kan findes i bilag 5. Selve spørgeskemaet er blevet udformet ud fra det som Bryman (2016, s. 221) betegner *self-administered questionnaire* eller selvadministrerende spørgeskema. Dette indebærer, at respondenterne selv fuldfører og besvarer spørgeskemaet. Dette betyder dog også, at det er yderst vigtigt at alle spørgsmål er klart formuleret og nemme at besvare (Bryman, 2016, s. 222). En måde, hvorpå vi har forsøgt at efterleve dette, er ved at have færre åbne spørgsmål og flere lukkede, da disse normalvis er lettere at besvare. Derfor har vi ved hvert spørgsmål tilføjet et udvalg af kategorier, som respondenterne kan krydse af. Samtidig har vi også givet respondenterne mulighed for at uddybe deres spørgsmål i et skrivefelt, hvis de skulle finde det nødvendigt. Der er fordele og ulemper ved at anvende de åbne spørgsmål i en spørgeskemaundersøgelse. Ifølge Bryman (2016, s. 244-245) er fordelene blandt andet, at respondenterne kan svare på deres egne præmisser med deres egne formuleringer samt dele deres opfattelse af emnet. Dog kan denne type spørgsmål være tidskrævende – både for respondenterne og interviewerens, da det kræver noget ekstra af respondenterne at svare på samt tid fra interviewerens at kode. Dog er der taget et valg om at inkorporere de åbne spørgsmål, for at opnå så indsigtsfulde besvarelser, som muligt.

Ifølge Bryman (2016, s. 226) er det vigtigt at have spørgeskemaets layout for øje, for at sikre så mange respondenter som muligt gennemfører. En måde, hvorpå man kan sikre flere respondenter, er ved at få spørgeskemaet til at se kortere ud. Dette har vi forsøgt at efterleve ved, at der kun forefindes ét spørgsmål på hver side, og at respondenterne derfor kun skal forholde sig til et enkelt spørgsmål ad gangen, før de kan skifte side til næste spørgsmål. Ydermere har vi tydeliggjort, hvis respondenterne kan vælge flere svarmuligheder og hvor mange. Slutteligt i spørgeskemaet blev respondenterne spurgt, om de ønskede at deltage i en fokusgruppeundersøgelse. Hvis respondenterne ønskede dette, kunne de indsende deres e-mail. Formålet med dette var at rekruttere deltagere, der var inden for den undersøgte målgruppe, og som forskerne i forvejen ikke havde kendskab til for at undgå bias. I følgende afsnit vil en beskrivelse af bearbejdningen af den kvantitative data forekomme.

Bearbejdning af kvantitative data

Til at behandle de kvantitative data, der udvindes fra spørgeskemaundersøgelsen, benyttes en *deskriptiv og eksplorativ analyse* til at kortlægge og analysere resultaterne. Derfor redegøres der her for, hvordan vi forstår denne metode og vores tilgang til den.

Ifølge Mikkel Fugl Eskjær og Rasmus Helles (2015, s. 83) forekommer nogle centrale faser i analysen af kvantitative data, hvilket indebærer den deskriptive fase, den eksplorative fase og slutteligt afrapportering af data.

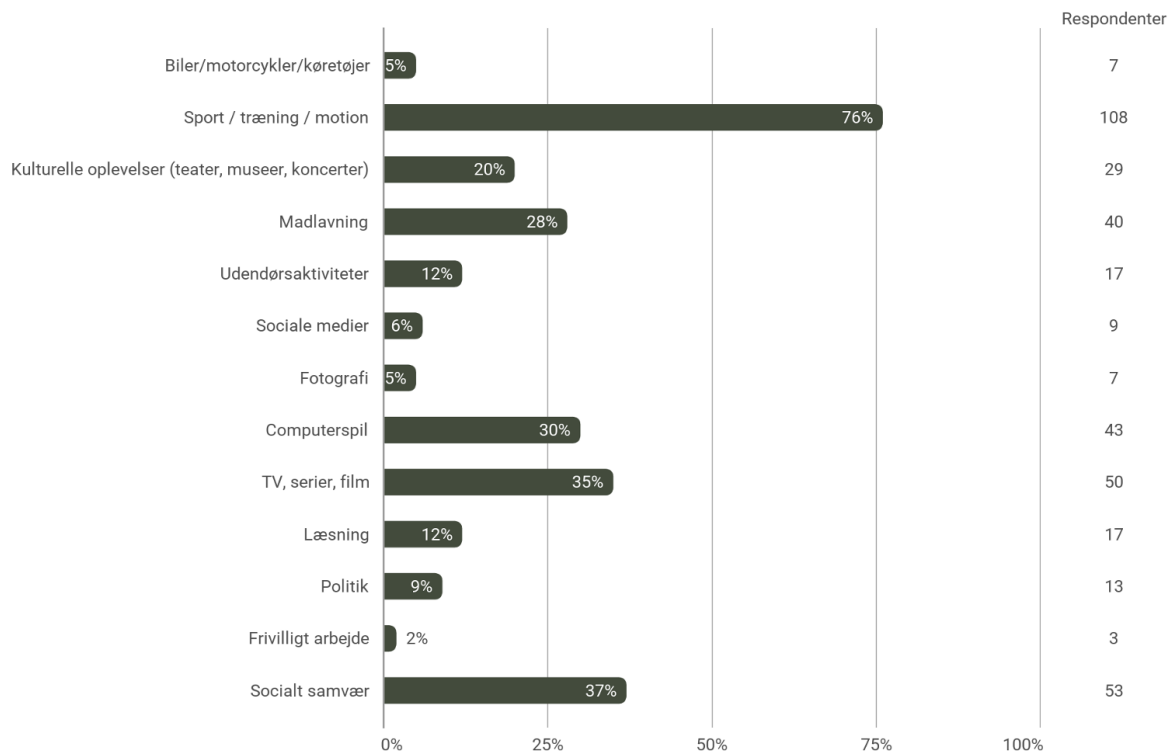
Den deskriptive fase indebærer ifølge Eskjær og Helles (2015, s. 84), at forskeren påbegynder en kodningsproces og danner sig et nøje overblik over datasættet. Dette gøres eksempelvis ved at forskeren udvælger et program, hvor datamaterialet kan systematiseres til en datarapport (Eskjær & Helles, 2015, s. 85-86). I vores tilfælde er datasættet allerede blevet kodet og systematiseret til en datarapport (Bilag 5) i SurveyXact by Ramboll, hvorfor vi derfor ikke fandt det nødvendigt at systematisere dataene i et andet program. Denne datarapport visualiserer besvarelsene fra spørgeskemaet i grafer og diagrammer. En datarapport er brugbar af flere årsager. Den giver et veldokumenteret overblik over datasættet og kan illustrere, hvordan værdierne fordeler sig i de forskellige kategorier. Dette fremstår dermed som en central del af kvalitetssikringen af de følgende analysers datagrundlag (Eskjær & Helles, 2015, s. 89-90). Næste fase omhandler den eksplorative, analytiske databehandling, hvor dataene organiseres. Dette er en iterativ proces, hvor man

ser på basale sammenhænge i datasættet, og om disse peger på nogle interessante analytiske pointer (Eskjær & Helles, 2015, s. 97-99). I nærværende speciale har vi valgt at fremhæve essentielle resultater og fund fra den kvantitative spørgeskemaundersøgelse, der kan være med til at belyse nye indsigter i henhold til problemfeltet. Dette grænser op til tredje fase, der ifølge Eskjær og Helles (2015, s. 108) indebærer at datarapporten fra første fase og de analytiske pointer fra anden fase anvendes som udgangspunkt for argumentation i den endelige analyse. Dermed sammensmelter fase to og tre i dette speciale, hvilket udfoldes i følgende afsnit, hvor resultaterne præsenteres.

Præsentation af resultater fra kvantitativ undersøgelse

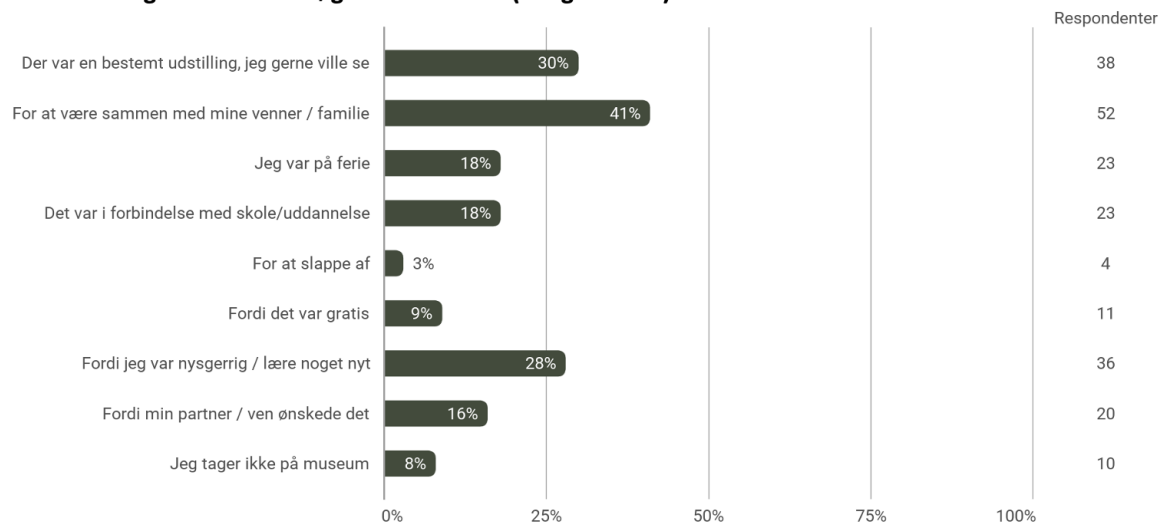
I dette afsnit vil en redegørelse og analyse af de fund og resultater, der er indsamlet ved spørgeskemaundersøgelsen, blive præsenteret. Der kan hertil forekomme tolkninger af resultaterne, grundet det hermeneutiske perspektiv, der anlægges for specialet. Først belyses respondenternes demografiske data efterfulgt af viden om deres generelle interesser og museumsvaner. Herefter følger resultaterne, der omhandler respondenternes kendskab til og oplevelser af Glyptoteket.

Som tidligere nævnt resulterede spørgeskemaundersøgelsen i 126 gennemførte besvarelser. Heraf var 72% bosat i Region Hovedstaden og 62% var mellem 25-30 år og 34% var mellem 18-24 år (Bilag 5, s. 45). Vi formulerede spørgsmål omhandlende respondenternes generelle fritidsinteresser, for at få et indblik i deres interesser og dermed danne os et overblik over, hvad der kan tiltrække deres opmærksomhed. Af spørgeskemaundersøgelsen fremgår det tydeligt, at den mest populære fritidsinteresse er sport/træning/motion med 76%, som det ses i nedenstående figur 3.

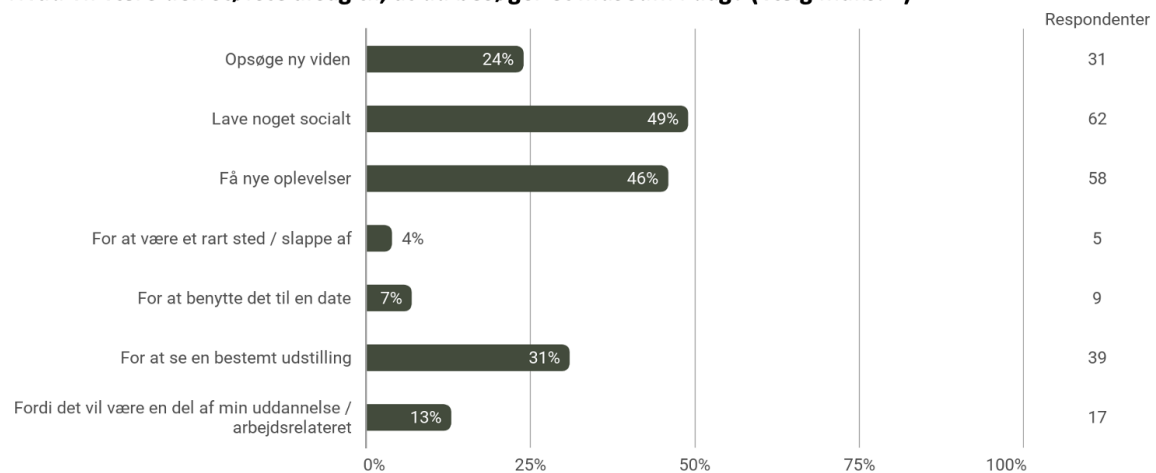
Hvad er dine generelle fritidsinteresser? (vælg maks. 3)*Figur 3: Generelle fritidsinteresser*

Herudover er de næstmest populære fritidsinteresser socialt samvær med 37% og TV/serier/film med 35%. Kulturelle oplevelser rangerer som den sjette mest populære aktivitet med 20%, og placerer sig altså i den lavere ende af deres fritidsinteresser. I respondenternes besvarelse af, hvad deres ideelle fridag indeholder, så rangerer det at lave noget kulturelt som nummer 10 på listen på lige fod med det at lave noget kreativt. At være sammen med venner er rangeret højest med 61% og at slappe af derhjemme er rangeret næsthøjest med 51% (Bilag 5, s. 49). Respondenterne blev herudover adspurgt, om de interesserer sig for kultur. Her svarede 80% ja, hvor 12% svarede nej og 8% havde ingen holdning (Bilag 5, s. 50).

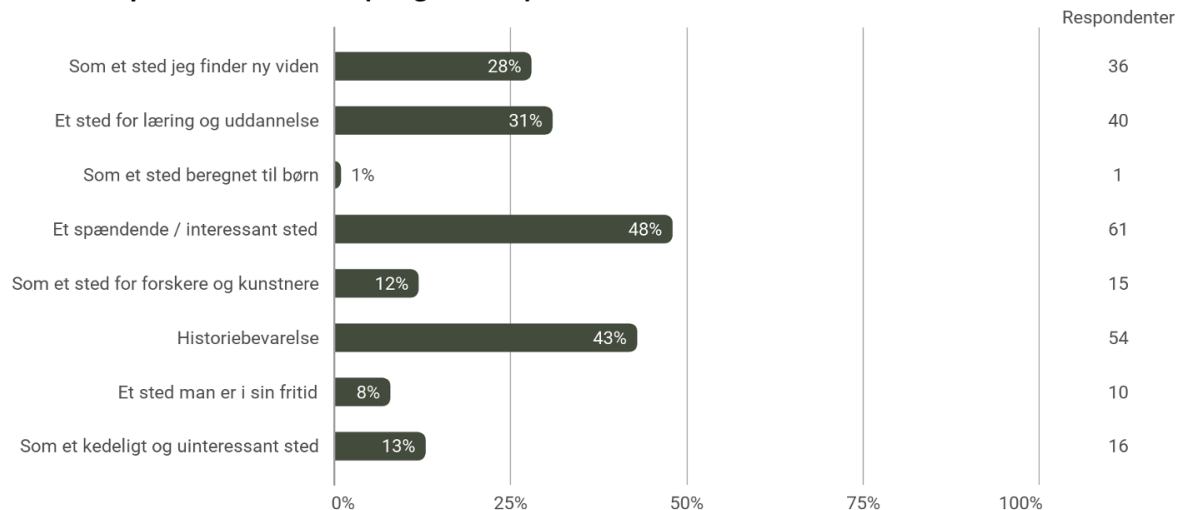
Når det kommer til deltagernes svar på, hvad årsagen er til, at de besøger museer, fordeler svarene sig således, at 38% af respondenterne besøger museer få gange om året og oftest sammen med familie, en partner eller venner (Bilag 5, s. 51-52). Størstedelen har svaret, at grunden til, at de før har besøgt museer, er for at lave noget socialt, eller at der var en særlig udstilling, de gerne vil se, eller fordi de ønskede at lære noget nyt. Dette ses i figur 4.

Hvad var årsagen til at du besøgte et museum? (Vælg maks. 2)*Figur 4: Årsag til at besøge et museum*

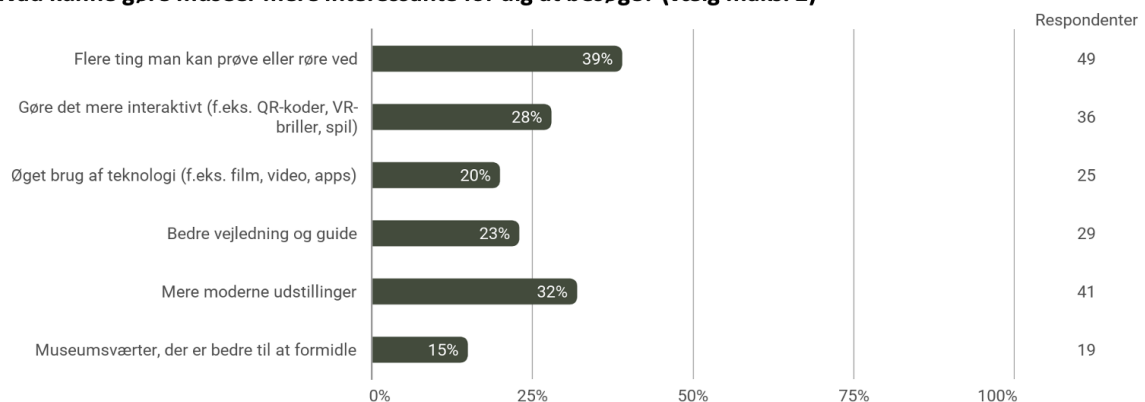
Det samme gør sig gældende, når respondenterne svarer på, hvorfor de ville besøge et museum i dag, hvilket ses i figur 5 nedenfor.

Hvad vil være den største årsag til, at du besøger et museum i dag? (Vælg maks. 2)*Figur 5: Årsag til at besøge museum i dag*

Her er det igen for at lave noget socialt, opsøge viden eller nye oplevelser, der vægter højest. Måden, hvorpå respondenterne opfatter museer generelt, illustreres nedenfor i figur 6.

Hvordan opfatter du museer? (vælg maks. 2)*Figur 6: Hvordan respondenterne opfatter museer*

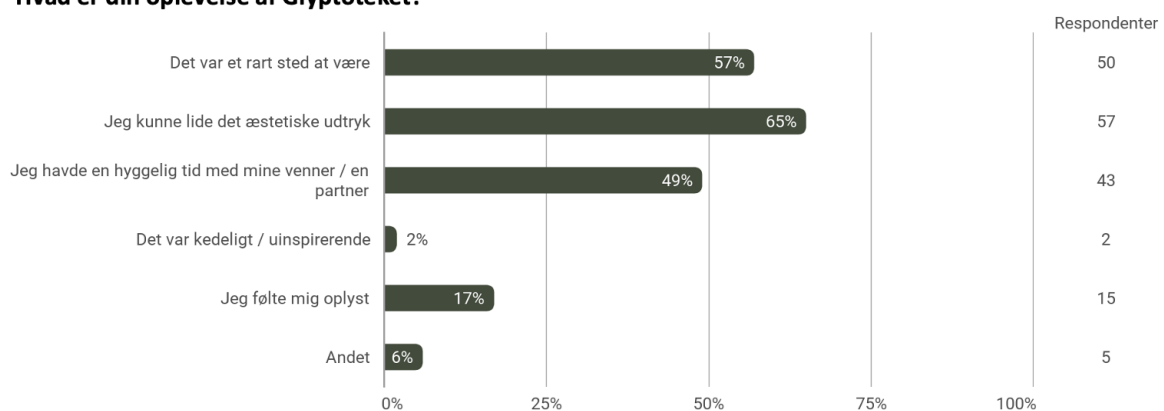
Her er der flere delte meninger, men to af svarene skiller sig ud. Næsten halvdelen mener, at det er et spændende eller interessant sted at være. Derudover opfatter de museer som et sted for historiebevarelse. Det, der derimod kan have indflydelse på, at de ikke besøger museer, kan være manglende tid, manglende interesse, eller hvis der ikke er noget specielt, de ønsker at se (Bilag 5, s. 58). Dog svarer respondenterne, hvad der derimod kunne gøre museer mere interessante for dem at besøge, og der fordeler svarene sig forskelligt, hvilket ses nedenfor i figur 7.

Hvad kunne gøre museer mere interessante for dig at besøge? (vælg maks. 2)*Figur 7: Hvad der kan gøre museer mere interessante*

Den valgmulighed, der rangerer højest med 39%, er at røre eller prøve ting. Herudover rangerer mere moderne udstillinger, og at der er flere interaktive elementer som henholdsvis anden og tredje mest populære valgmuligheder. Hertil beskrev nogle af respondenterne, hvad der kunne have indflydelse på deres oplevelse, hvoraf en respondent skriver: "Min hverdag er fyldt med ny teknologi (både på mit arbejde og i mit privatliv), når jeg tager på museum, er det for at få en forbindelse med verden og historien på en måde, som kun museer kan" (Bilag 5, s. 60). En anden skriver: "Jeg er egentlig ret vild med det traditionelle museum. Jeg elsker at læse alle skiltene. Men selvfølgelig er en flot og gennemtænkt udstilling, med en blanding af medier, ofte en god måde at formidle viden på!" (Bilag 5, s. 60). En anden respondent udtrykker i følgende citat: "(...) Og jeg tror helt sikkert også, at det interaktive kan styrke det." (Bilag 5, s. 60). Dette vidner om, at nogle af respondenterne værdsætter den klassiske museumsoplevelse uden for meget brug af teknologi, men at interaktive elementer samtidig kan styrke deres oplevelse.

Det er tydeligt at se, at respondenterne kender til Glyptoteket. Dette kommer til udtryk i spørgsmålet om hvilke museer, de har besøgt inden for de seneste fem år, hvoraf næsten halvdelen har svaret Glyptoteket (Bilag 5, s. 54). Dette gør Glyptoteket til det mest besøgte blandt vores deltagere. Derudover svarer 70% af respondenterne, at de har besøgt Glyptoteket før (Bilag 5, s. 61). Som det ses nedenfor i figur 8, har respondenterne en positiv oplevelse af museet.

Hvad er din oplevelse af Glyptoteket?

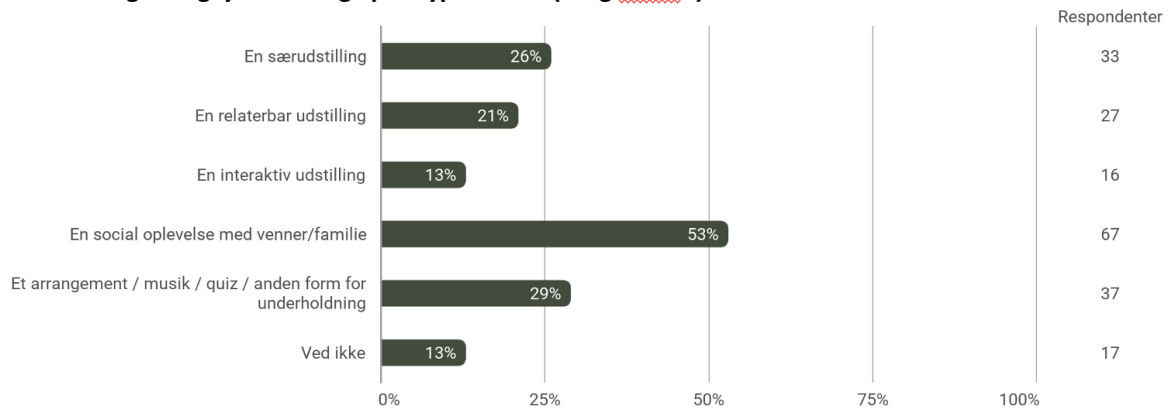


Figur 8: Respondenternes oplevelse af Glyptoteket

Størstedelen af de respondenter, der har været på Glyptoteket før, har enten svaret, at det er et rart sted at være, eller de havde en hyggelig tid med dem, de besøgte museet med.

Mange svarer også, at det æstetiske udtryk behager dem. Det, der giver respondenterne mest lyst til at besøge Glyptoteket, er at få en social oplevelse med venner eller familie, hvilket ses illustreret nedenfor i figur 9.

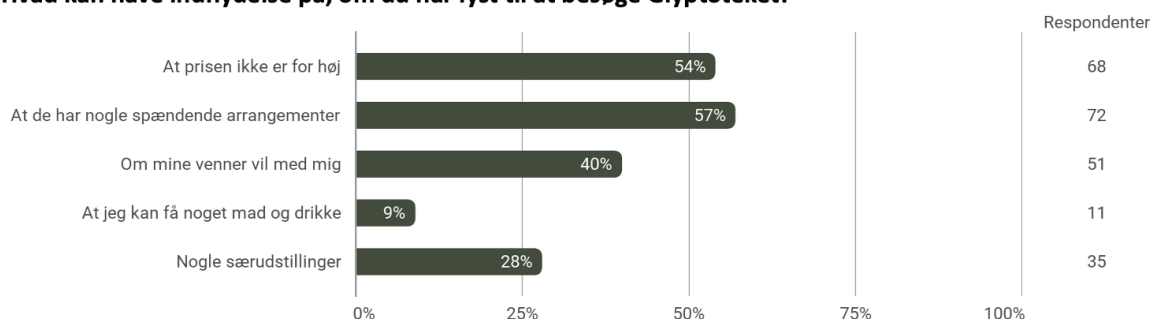
Hvad kunne give dig lyst til at tage på Glyptoteket? (vælg maks 2)



Figur 9: Hvad der kan give lyst til at besøge Glyptoteket

Derudover vægter en særudstilling eller et arrangement/event højt i forhold til at give dem lyst til at besøge Glyptoteket. Det, der har indflydelse på, om respondenterne besøger Glyptoteket eller ej, kommer an på om der afholdes nogle spændende arrangementer, at prisen ikke er for høj, og at de kan gøre det til en social aktivitet, hvilket illustreres nedenfor i figur 10.

Hvad kan have indflydelse på, om du har lyst til at besøge Glyptoteket?



Figur 10: Hvad der kan have indflydelse på, om respondenterne har lyst til at besøge Glyptoteket

Slutteligt i spørgeskemaundersøgelsen, fik respondenterne mulighed for at tilføje en kommentar, hvis de havde noget at tilføje til deres besvarelse. Her blev der blandt andet tilføjet følgende besvarelse:

Specifikt for Glyptoteket er mit indtryk lidt, at når man har været der én gang, er der ikke meget at komme tilbage for. Hvis jeg snakker med folk, som har været på Glyptoteket, gør jeg altid lidt grin med, at der er hundredvis af statuer med 'En græsk mand'/'En græsk kvinde'/'En romersk mand'/'En romersk kvinde'. Som tidligere Glyptoteket årskortholder, er det bare ikke noget, som er særlig stimulerende for mig.

(Bilag 5, s. 19)

Dette indikerer behovet for at integrere engagerende elementer, der kan stimulere og dermed motivere respondenterne for at gøre museumsoplevelsen mere værdifuld for ham.

På baggrund af respondenternes svar i spørgeskemaundersøgelsen, har vi udvundet bredere viden om målgruppens interesser, vaner og motiver for at besøge museer generelt og Glyptoteket specifikt. I undersøgelsen fremgik det, at de kulturelle oplevelser ikke er mændenes førsteprioritet, og at andre interesser vægter højere i deres fritid. Det er gennemgående, at mændene ser museumsbesøg som en social oplevelse, og at de forbinder museer med læring og et sted, hvor de opsøger ny viden. Derudover kan et event eller arrangement være med til at øge respondenternes lyst til at besøge museer. Ydermere er det vigtigt for respondenterne, at prisen ikke er for høj, og at de har nogle at besøge museerne med. Herudover kan der være diskussion om, hvorvidt teknologi skal fylde i deres oplevelse, da nogle søger fordybelse i udstillingerne uden teknologi, hvorimod andre ser det som et interessant element at inkorporere. Derudover gav de udtryk for, at det er attraktivt og skaber større interesse, hvis der er mulighed for at røre eller afprøve ting. Svarene fra spørgeskemaundersøgelsen er brugbare, når vi i LAB-fasen drager paralleller med svar fra fokusgruppeinterviewet og dernæst skal udforme designprincipper, der har til formål at forbedre målgruppens museumsoplevelse.

Således er de kvantitative data behandlet og danner grundlag for den kvalitative undersøgelse, der vil blive redegjort, udfoldet og analyseret i følgende afsnit.

3.2.3 Fokusgruppeinterview

I dette speciale benyttes et fokusgruppeinterview som kvalitativ metode til at opnå dybdegående viden vedrørende problemfeltet. Formålet med fokusgruppeinterviewet er først og fremmest at få indblik i deltagernes oplevelse af Glyptoteket, og hvad deres holdninger er til museet og dets udstillinger. Herudover er formålet at deltagernes indsigter kan anvendes i udviklingen af innovationspotentialer. Dermed benyttes fokusgruppeinterviewet til at komme i dybden med specifikke problemstillinger, som blev udvundet af spørgeskemaet. Der inddrages teori af Bryman (2016) samt Svend Brinkmann og Lene Tanggaard (2010), vedrørende fokusgruppeinterview for at redegøre for, hvordan vi forstår denne kvalitative metode. Senere i afsnittet forekommer en dybdegående beskrivelse af, hvordan vi har foretaget et fokusgruppeinterview i dette speciale.

Ifølge Bryman (2016, s. 501) er forskeren i et fokusgruppeinterview som udgangspunkt interesseret i de måder, hvorpå individer diskuterer et bestemt emne som medlemmer af en gruppe, snarere end blot som individer. Med andre ord vil forskeren i en fokusgruppe være interesseret i ting som, hvordan folk reagerer på hinandens synspunkter og opbygger en opfattelse ud fra den interaktion, der finder sted i gruppen. Forskeren bør tilstræbe at skabe en forholdsvis ustruktureret ramme for at få mest muligt udbytte af interviewpersonernes synspunkter og perspektiver. Personen, der leder fokusgruppeinterviewet, kaldes normalt *moderator* eller *facilitator*, og det forventes, at forskeren guider hver session, men ikke er for påtrængende. Denne metode giver forskeren mulighed for at studere, hvordan de interviewede kollektivt giver mening til et fænomen og konstruerer betydninger omkring det (Bryman, 2016, s. 501-502).

Ifølge Brinkmann og Tanggaard (2010, s. 123) er fokusgrupper værdifulde i forhold til at producere data om sociale gruppers fortolkninger, interaktioner og normer, da den sociale interaktion er kilden til data. Derudover er en styrke ved fokusgruppeinterviewet evnen til at producere koncentrerede data om et bestemt fænomen. Efter fokusgruppeinterviewet er valgt som metode, bør man tage stilling til, hvordan der skal udvælges deltagere. Ifølge Brinkmann og Tanggaard (2010, s. 124) bør udvælgelsen være analytisk selektiv, hvilket vil sige, at man bør sørge for at få vigtige karakteristika i forhold til problemstillingen. Fokusgruppens produktion af viden afhænger af interaktionen deri, hvorfor man bør tænke på, at fokusgruppen ikke skal være alt for homogene, da man så kan risikere, at der ikke

kommer nok interessant interaktion. Modsat skal gruppen heller ikke være for heterogen, da man her kan risikere, at der opstår for mange konflikter eller at deltagerne har for svært ved at relatere sig til hinanden. Bryman (2016, s. 506) foreslår, at det er fordelagtigt, hvis et fokusgruppeinterview består af mellem fem til ti personer, men at mindre grupper også kan gøre det, hvis man ønsker at alle deltagerne skal have mulighed for at byde ind. På baggrund af spørgeskemaundersøgelsen svarede 17 af respondenterne, at vi gerne måtte kontakte dem efterfølgende til en fokusgruppeundersøgelse. Dermed har vi via en tilfældig udvælgelsesmetode valgt fem mænd til fokusgruppeinterviewet. Dog fik vi et afbud på dagen for fokusgruppeinterviewet, hvorfor der kun er fire mænd, der deltager i interviewet.

Der findes forskellige måder at strukturere et interview på. Måden, hvorpå fokusgruppeinterviewet er grebet an i nærværende speciale, er via et *semistruktureret* interview. Brinkmann (2014, s. 38-39) hævder, at et semistruktureret interview er det mest almindelige at benytte sig af indenfor human- og samfundsvidenskaberne. Denne tilgang til interviews giver et stort spillerum for interviewerens at opfølge på vinkler, som interviewerens finder vigtige for at afsøge emnet. Før interviewet fandt sted, udformede vi en *interviewguide* (Bilag 6), der skulle hjælpe os med at holde styr på interviewet. Ifølge Bryman (2016, s. 469), henviser interviewguiden typisk til en liste over emner, der skal behandles eller spørgsmål, der skal stilles i semistrukturerede interviews. Ifølge Brinkmann (2014, s. 84-85) er guiden med til at oversætte komplekse forskningsspørgsmål til spørgsmål, der kan stilles i interviewpersonernes sprog, som vil give mere mening for dem. Derfor har vi også i vores interviewguide lavet to kolonner, hvoraf den ene indeholder vores forskningsspørgsmål, som dækker det, vi ønsker svar på i henhold til specialet og den anden indeholder spørgsmål formuleret i hverdagstale, så det findes lettere forståeligt for interviewpersonen. Den udformede interviewguide findes i bilag 6.

For at maksimere udbyttet af fokusgruppeinterviewet bør interviewet optages og transskriberes til efterfølgende at analysere deltagerens udtalelser og interaktioner. Dette tillader ikke kun en forståelse af, hvad deltagerne siger om emnet, men også hvordan de formidler det. Et afgørende element ved fokusgruppeinterviewet er muligheden for at studere kollektive meningsdannende processer, som ville være vanskelige at fange med blot noter, da det er nødvendigt at identificere, hvem der siger hvad (Bryman, 2016, s. 503). Transskriptionen af interviewet findes i bilag 7.

Det anvendte fokusgruppeinterview

Måden, hvorpå vi har foretaget et fokusgruppeinterview, er ved først at henvende os til mænd, der har bekendt i spørgeskemaundersøgelsen, at vi gerne måtte henvende os til dem i forbindelse med et fokusgruppeinterview. Her fandt vi fire mænd, der gerne ville deltage. Disse mænd var alle bosiddende i København og var mellem 18-30 år. Herudover var nogle af dem studerende og andre havde fuldtidsarbejde. Alle havde kendskab til og har besøgt Glyptoteket før, og de besøgte museer en til to gange om året. Der er foretaget et valg om at anonymisere deltagerne, og derfor betegnes de M1, M2, M3 og M4 i transskriptionen af fokusgruppeinterviewet (bilag 7) og i analysearbejdet. M står som en forkortelse for mænd.

Disse mænd blev bedt om at møde op på Glyptoteket d. 4. april kl. 16:30. Her fik deltagerne en kort brief om, hvad der skulle ske, og hvordan fokusgruppeinterviewet skulle foregå. Efterfølgende fik deltagerne 45 minutter til at udforske museet på egen hånd. De måtte selv bestemme, om de ville følges ad eller gå alene rundt. Nogle deltagere valgte at gå sammen rundt på museet, og andre valgte at gå alene. Efter de 45 minutter skulle deltagerne møde os i Glyptotekets kælder, hvor selve fokusgruppeinterviewet blev faciliteret. Her fik de en kort introduktion til vores og deres rolle i interviewet, og det blev gjort klart, at deltagerne i højere grad skal anse fokusgruppeinterviewet som en samtale faciliteret af os, frem for et klassisk interview. Fokusgruppeinterviewet varede én time og blev struktureret ud fra den førnævnte interviewguide, der kan findes i bilag 6.

I det følgende afsnit vil en redegørelse for bearbejdning af den indsamlede kvalitative data blive beskrevet samt resultaterne og fund fra fokusgruppeinterviewet.

Bearbejdning af kvalitative data

Til at analysere og bearbejde de kvalitative data fra fokusgruppeinterviewet anvendes en *tematisk analyse*, der ifølge Bryman (2016, s. 584) er en af de mest anvendte metoder indenfor kvalitativ databearbejdning. Derfor vil dette afsnit først redegøre for denne databearbejdningsmetode og dernæst, hvordan den er blevet anvendt i specialet.

Ifølge Virginia Braun og Victoria Clarke (2006, s. 79) anvendes en tematisk analyse til at identificere og analysere mønstre eller temaer i data, hvorved dataene kan blive beskrevet og organiseret i detaljer. Ved identifikationen af temaer, er det essentielt at disse relaterer sig til forskningsspørgsmålet, og at temaet så vidt muligt er repræsentativt på tværs af

datasættet. Dog er det op til forskeren selv at vurdere, om dette gør sig gældende, og forskeren bør derfor kunne argumentere for, hvorfor det identificerede tema rent faktisk er et tema (Braun & Clarke, 2006, s. 82). Braun og Clarke (2006, s. 83) beskriver ydermere, at temaerne i dataene kan blive identificeret med afsæt i én af følgende to tilgange. Enten gennem en induktiv tilgang eller gennem en deduktiv tilgang. Den induktive tilgang indebærer en datadreven tilgang, hvor de identificerede temaer er stærkt relateret til dataene, hvor forskeren ikke forsøger at tilpasse temaerne i en eksisterende forskningsramme (Braun & Clarke, 2006, s. 83). Den deduktive tilgang er derimod præget af, at forskeren forsøger at tilpasse temaerne i en teoretisk ramme (Braun & Clarke, 2006, s. 84). Da dette speciale som tidligere nævnt anlægger en induktiv tilgang til data, er der også foretaget en induktiv tilgang til identifikation af temaer. Ydermere er det vigtigt, at forskeren gør det klart, om temaerne skal identificeres på et *semantisk* eller *latent* niveau. På det semantiske niveau ser forskeren på det, der eksplicit bliver sagt, og på det latente niveau fortolker forskeren på det sagte (Braun & Clarke, 2006, s. 84). I nærværende speciale anskuer vi dataene fra et hermeneutisk perspektiv, da vi tolker på deltagernes udsagn. Derfor ser vi på dataene på et semantisk og latent niveau, da der både fokuseres på respondenternes eksakte udtalelser, men også på de underliggende antagelser i det sagte.

Ifølge Braun & Clarke (2006, s. 86) findes der seks forskellige faser, når man skal foretage en tematisk analyse. Den første fase indebærer, at forskeren skal gøre sig bekendt med dataene. Dette gøres ved at transskribere dataene, gennemlæse den og nedskrive noter eller foreløbige idéer, der skulle opstå (Braun & Clarke, 2006, s. 87). Anden fase indebærer, at forskeren begynder at systematisere dataene i interessante koder på tværs af hele datasættet (Braun & Clarke, 2006, s. 88). I den tredje fase samles koderne fra forrige fase til potentielle temaer (Braun & Clarke, 2006, s. 89). I fjerde fase afgøres det, hvorvidt de potentielle temaer rent faktisk er temaer, og hvorvidt der er nok data til at understøtte disse (Braun & Clarke, 2006, s. 91). I femte fase genereres der navne til de udvalgte temaer, som samtidig forfines, så det står klart, hvad essensen af disse er (Braun & Clarke, 2006, s. 92). I den sjette og sidste fase bliver temaerne præsenteret og uddybet for læseren (Braun & Clarke, 2006, s. 93). Disse seks faser har dannet grundlaget for vores metodiske tilgang til analysen af vores data. Måden, hvorpå vi har systematiseret de tematiske koder og fund, er sket ved hjælp af det, som Bryman (2016, s. 585) betegner *framework approach*, altså en

ramme-tilgang. I denne tilgang anvendes en tabel til at overskueliggøre og systematisere temaerne samt de tilhørende koder i form af udsagn. En sådan tabel med tilhørende temaer udvundet fra fokusgruppeinterviewet forefindes i bilag 8. Denne tematiske analyse og de forskellige tematikker vil blive præsenteret og uddybet i følgende afsnit.

Præsentation af resultater fra kvalitativ undersøgelse

I dette afsnit forekommer en præsentation af de resultater, vi har udvundet fra den kvalitative undersøgelse; fokusgruppeinterviewet. Da vi som tidligere nævnt anskuer dataene hermeneutisk, vil der i følgende afsnit forekomme fortolkninger af deltagernes udsagn.

På baggrund af Braun og Clarkes (2006) trin for en tematisk analyse, har vi fundet relevante citater fra transskriptionen og kodet dem i umiddelbare kategorier i en padlet. Dette indebar kategorier med udsagn om, sanser, relaterbarhed, alkohol, Glyptoteket, udstillinger, museumsvaner samt fremtidige tiltag på Glyptoteket. Efterfølgende inddelte vi disse kategorier i tre overordnede temaer, der lyder som følgende: *deltagernes forventninger og oplevelser på Glyptoteket, negative elementer ved deltagernes oplevelse og fremtidige forbedringer*, hvilket ses i figur 11 nedenfor.

DELTAGERNES FORVENTNINGER OG OPLEVELSER PÅ GLYPTOTEKET	NEGATIVE ELEMENTER VED DELTAGERNES OPLEVELSE	FREMTIDIGE FORBEDRINGER
+	+	+
Jeg tror, at det med, at hvis man holder det for meget i det gamle kunst, så tror jeg, at det bliver meget svært at relatere til. Så på en eller anden måde prøve at sætte det ind i nogle nye kontekster, og bruge nogle personer, som også kan formidle det på en lidt anden måde. Og det er jo ikke fordi, at vi ikke værdsætter kunsten, eller suger det til mig, eller noget, der sker bare i forskellige tempo. Det synes jeg gav mig et eller andet – det her med når kunsten bliver sat ind i en lidt nyere kontekst. Ja, sådan hvilken historie vil I fortælle mig, når jeg kommer ind på Glyptoteket i dag? Jeg skal ikke bare stå og kigge på græske statuer. Det er lidt det, der også irriterer mig ved Glyptoteket. Jeg ved ikke rigtigt, hvilken vej jeg skal gå, når jeg kommer ind. Det er helt klart en af de arkitektonisk mest imponerende bygninger i København. Og super, super god historie. Det bedste, der er kommet ud af Carlsberg nogensinde.	M3: For mit vedkommende ville jeg sammenligne det med, at hvis man tog ind på Glyptoteket, så ville der nok gå lang tid før jeg kom ind igen. Med mindre, der kom en ny særudstilling. Fordi det ville jo svare til at du gik i biografen og så ugen efter gik ind og så den samme film. Altså hvis 80% af det er det samme, så er det måske ikke hver måned, du har lyst til at tage ind og se den. Og jeg er en person, som hvis der er rigtig mange mennesker, så vil jeg egentlig bare helst igennem det hurtigst muligt, ikke? Fordi så bliver man sådan lidt tung i hovedet. Meget summen, og mange mennesker, og man skal tage højde for dem "Hvor jeg personligt har det sådan lidt, at skulpturer er lidt svære at relatere til". "Jeg tror bare, at jeg har det nemmere ved at relatere til noget, jeg selv har prøvet" "Men jeg synes også, at nogle af de der romerske skulpturer, der bliver meget... Brækkede arme og små pikke alt sammen." "Ja, så bliver det sådan lidt en flad oplevelse. Man sætter selvfølgelig pris på skulpturen i sig selv. Men ved man, om det ligner vedkommende? Det har jeg ingen anelse om."	M1: Jeg ville jo 100% have lyst til at tage op på Glyptoteket og drikke en bajer. Det er jo en fantastisk view. Og når folk kommer på besøg. Jyderne vil jo også elske det, mand. Det kommer an på, hvordan den bliver brugt igen. Hvis du skal læse noget via din telefon. Så no way. M4: Jeg føler, at det her bliver en lidt større samfundsdebat omkring, hvis vi skal lokke nogle unge ind, så skal vi have alkohol. M1: Jeg vil også sige, i forhold til, at der er så meget. Hvis jeg skulle komme igen flere gange om året, så ville det udelukkende være for deres særudstillinger. Jeg har set deres skulpturparker og deres skulpturum mange gange. Føler jeg. Og det har jeg sikkert ikke. Men jeg føler, jeg har set dem alle sammen. Så det overrasker mig ikke. Men det, der overrasker mig, det er at komme ind i særudstillingerne, og de nye rum, de får lavet, og hvordan de sætter dem op og sådan noget der. Det er det, der overrasker mig. Altså hvis jeg var kurator herinde, så ville jeg synes, det var oplagt at lave torsdagskoncerter. Og alle sådan nogle ting der. For ligesom at bringe den kunst til live. Og netop få et yngre publikum ind. Jeg elsker at gå til koncerter. Alle

Figur 11: Kodning af fokusgruppeinterview

Den fulde kodning af temaerne med tilhørende citater forefindes i bilag 8. Temaerne vil i de følgende afsnit præsenteres og uddybes.

Tema 1: Deltagernes forventninger og oplevelser på Glyptoteket

Det første tema i den tematiske analyse udgøres af interviewdeltagernes forventninger og opfattelse af Glyptoteket som museum og kulturinstitution. Her taler deltagerne om deres tanker forinden, de besøgte museet, og hvordan de nu oplever museet efter at have besøgt det. I dette afsnit vil der være fokus på det, de fandt positivt ved deres oplevelse rundt på Glyptoteket, hvoraf efterfølgende afsnit vil fokusere på de mindre gode ting.

M1 beskriver hans første tanke om Glyptoteket: "Instantly tænkte jeg sådan... Det er det kedeligste museum i København" (Bilag 7, l. 164-166). Da han bliver spurgt ind til denne oplevelse, forklarer han: "Jamen, det er bare en stor samling af brækkede arme og små

tissemænd. [...] Det er bare romerske skulpturer og gamle ting. Altså, det er det, jeg forestiller mig” (Bilag 7, l. 168-169). Dog har hans syn på Glyptoteket ændret sig efter besøget, hvilket han uddyber i følgende citat:

Og så kommer man herind, og så er der lige pludselig en nyfortolkning og clash mellem nyt og gammelt. [...] Det er også det, der er sjovt, fordi selvom jeg instinktivt tænkte den tanke... Så er jeg kun blevet positivt overrasket, når jeg er herinde. Og bliver altid overvældet over Vinterhaven, og den ro, der er her. (Bilag 7, l. 169-174)

Her står det klart, at M1 oplever en helt særlig ro på museet – særligt gennem Vinterhaven, hvilket er med til at danne ramme for den gode oplevelse for M1. Det samme nævner M2 i følgende citat: “Nu sad vi i caféen i måske tre timer. Med udsigt til Vinterhaven, altså det summede af liv. Og der smeltede kunsten og jeg sammen.” (Bilag 7, l. 221-223). Igen bliver Vinterhaven altså beskrevet som en essentiel del af den gode oplevelse på museet. M1 beskriver også selve bygningen af museet: “Det er helt klart en af de arkitektonisk mest imponerende bygninger i København” (Bilag 7, l. 216-218), hvilket vidner om hans syn på Glyptoteket. Når M4 beskriver hans forventninger til Glyptoteket, er Vinterhaven også en essentiel del af hans forventninger, idet hans opfattelse af museet stammer fra de billeder han ser på Instagram:

Jeg ved ikke, om jeg havde så mange forventninger til kunsten egentlig. Det er meget det, som du siger med Vinterhaven. Jeg synes også bare, det er det, man typisk ser. Fordi det er det, folk lægger op på Instagram. [...] Det er typisk bare et billede derfra, fordi det er også sådan... Æstetisk og pænt at være der. (Bilag 7, l. 188-192)

Han beskriver dog, at han ligesom M1 også blev overrasket over sammenfaldet mellem det nye og gamle:

Noget af det, der overraskede mig lidt, det var det der clash mellem gammelt og nutidigt. Det var egentlig en positiv overraskelse af, at... Jeg tror, at det med, at hvis

man holder det for meget i det gamle kunst, så tror jeg, at det bliver meget svært at relatere til. (Bilag 7, l. 192-195)

Dermed lader det til, at Vinterhaven og clashet mellem nyt og gammelt havde en positiv indvirkning på deres besøg. Dog var det interessant, at mange af deltagerne også i høj grad nød en af særudstillingerne på Glyptoteket. M3 beskriver det i følgende citat: "Altså, jeg var også ret imponeret over den særudstilling. Men jeg kan også rigtig godt lide malerier. Især landskaber. Det har jeg interesseret mig rigtig meget for." (Bilag 7, l. 149-150). M1 udtrykker også: "Jeg synes faktisk, det var meget genialt. Altså i den der midlertidige udstilling med Josefine Klougart (...)" (Bilag 7, l. 53-54). Vi tolker, at særudstillingen har en nyhedsværdi, der bryder med de andre udstillinger på Glyptoteket, og derfor gør det til en særlig god oplevelse for deltagerne. Det, der ydermere, udgjorde en positiv oplevelse på museet, var den sociale oplevelse, som de havde og ofte forbinder med et museumsbesøg. For M2 er kunst en god måde at samtale på, som han udtrykker i følgende citat: "(...) skulptur og kunst er i virkeligheden en vanvittig god samtale starter" (Bilag 7, l. 75-76). M4 beskriver det også: "Altså nu gik jeg også alene, men der er jo noget særligt ved at tale sammen under museumsbesøg, og have en eller anden oplevelse sammen." (Bilag 7, l. 101-102). På den måde har det stor betydning for deltagerne at opleve museet sammen med andre, da det både sætter samtaler i gang og giver en følelse af at være fælles omkring kunsten. M2 beskriver ydermere, at han aldrig ville tage på museum alene og begrundes i følgende citat hvorfor:

Som sagt, så foretrækker jeg at være på et museum med andre, og jeg har aldrig været på et museum alene. Og kommer aldrig til at gøre det alene, fordi jeg synes det er fedest at opleve ting sammen med andre. Og netop de der samtaler, man har, synes jeg, det er i hvert fald en 50% af oplevelsen med at være på et museum. (Bilag 7, l. 361-365)

Dette vidner om, at hvis deltagerne skal have en god oplevelse, skal de dele kunsten med andre. Selvom det er vigtigt for dem at have nogle at følges med på museet, så afhænger den

positive oplevelse i lige så høj grad af, hvor mange mennesker, der ellers er på museet. M3 beskriver, at hans første tanke om Glyptoteket omhandlede mængden af mennesker:

(...) jeg tænkte meget på mængden af mennesker, som er herinde. Fordi det er jo et meget populært sted at mødes også – både hvis man skal ind og se kunsten, men også hvis man bare skal være her. [...] hvis der er rigtig mange mennesker, så vil jeg egentlig bare helst igennem det hurtigst muligt. (Bilag 7, l. 177-180)

Han beskriver hertil:

Men der synes jeg faktisk, det var meget rart her i dag, hvor det var sådan lidt et off-tidspunkt her en torsdag, ikke? Om eftermiddagen, at der var tilpas med mennesker, hvor man også kunne være sig selv og bruge tid på det, man gerne vil bruge tid på. Uden man følte, at man stod i vejen for nogen, eller man rente ind i folk, og sådan noget. Det synes jeg også var meget rart. Og det overraskede mig positivt. (Bilag 7, l. 180-186)

For M3 kan mennesker omkring ham forekomme som en stressfaktor. Da M3 får oplevelsen på Glyptoteket en torsdag aften, hvor der måske ikke er lige så mange mennesker som på en søndag, er der dermed mere plads og ro omkring ham, hvilket han værdsætter.

Ydermere taler interviewdeltagerne om, hvordan de er blevet formet og opdraget gennem folkeskolen til at tænke om museer. M2 beskriver det på følgende måde:

(...) vi er jo blevet banket oven i hovedet i folkeskolen med at museer skal være dannende. [...] Det er jeg stærk modstander af. Jeg synes, at besøg på et museum er cirka lige så dannende som at gå ind og se en Marvel-film. Jeg er ikke blevet klogere.

Det er en oplevelse, som enhver anden oplevelse for mig. Det er ligesom at se en koncert. (Bilag 7, l. 441-445)

M4 er enig i, at man ikke blot skal se museer som dannende, men derimod mere som en social oplevelse:

Jeg tror, at det er en god pointe, at man ikke skal se det som lærende. Man skal måske mere se på det som en social aktivitet, på en eller anden måde. Og se det i, at du faktisk også får noget kvalitetstid med nogen, du gerne vil være sammen med. Og at det er en mulighed for at man også kan tale sammen. Så du får egentlig også mulighed for at snakke om alt mellem stort og småt, selvom man går og kigger på det. (Bilag 7, l. 453-457)

Dette vidner om, at en oplevelse på Glyptoteket ifølge vores deltagere kan opfattes som en lige så værdifuld som andre kulturelle oplevelser og fritidstilbud. Så længe det er i fællesskab med andre. M4 beskriver, hvordan hans opfattelse af museer er opstået i folkeskolen: "Og så tror jeg altså også, der er et eller andet med mit syn på museer, igennem sådan folkeskole oplevelser" (Bilag 7, l. 409-410). Han uddyber: "Man er blevet slæbt mange gange med ind på mange forskellige museer og til den ene eller den anden undervisning. Og det har måske ikke altid været lige interessant. Det var måske også noget andet, fordi man var yngre" (Bilag 7, l. 414-416). Hertil beskriver han, at dette muligvis er årsagen til, at han ikke i dag foreslår sine venner, at de skal tage på museum:

(...) Så der skal måske også være nogen, der foreslår det til mig, fordi når man så er herinde eller jeg var på museum for nogle måneder siden med nogle venner, altså hvor de foreslår det, så er det jo hyggeligt. Men det er nok ikke mig, der kommer til at være sådan frontløberen på at spørge folk. (Bilag 7, l. 417-421)

M2 beskriver ligeledes, at han heller ikke ville være frontløberen på at tage på Glyptoteket med sine venner:

(...) jeg vil ikke tage herhen selv. Jeg tror aldrig, jeg ville planlægge det, fordi jeg ikke selv har holdt øje med sådan noget (red. museer). Hvis der var nogen, der nævnte for mig, at nu kommer der en ny, fed Edvard Munch-udstilling. Fuck det vil jeg gerne se. [...] Det er ikke noget, man bliver tilbudt ofte. Hvis jeg er blevet tilbudt det, ville jeg aldrig sige nej i virkeligheden. (Bilag 7, l. 370-375)

Til trods for at interviewdeltagerne helst vil gøre en social oplevelse ud af deres besøg på et museum, så vidner deres udtalelser om, at det alligevel kræver lidt af dem at få taget sig mod til at indbyde venner med på denne oplevelse. Overordnet set vidner disse udtalelser om, at deltagerne har haft nogle forventninger til museer generelt på baggrund af, hvordan folkeskolen eller tidligere oplevelser har formet dem, hvilket også har influeret deres syn på Glyptoteket inden deres besøg. Dog har deres oplevelse af Glyptoteket til dels været positivt, da de er blevet overraskede særligt af Vinterhaven, særudstillingerne, det æstetiske udtryk og den ro, som museet besidder. I følgende afsnit vil der uddybes nærmere om det, deltagerne fandt mindre godt ved deres oplevelse på Glyptoteket.

Tema 2: Negative elementer ved deltagernes oplevelse

Det andet tema, som er opstået på baggrund af fokusgruppeinterviewet, omhandler det, som deltagerne fandt mindre godt ved deres besøg på Glyptoteket.

Det, som deltagerne kritiserer mest ved deres oplevelse på Glyptoteket, er den faste udstilling, som består af skulpturer. M1 beskriver, at han er yderst begejstret for en aktuel særudstilling, der er på museet fordi, der tilhører en del tekst til objekterne (Bilag 7, l. 53-63), hvorimod han beskriver museets øvrige objekter som: "(...) romerske skulpturer, det bliver meget...brækkede arme og små pikke alt sammen" (Bilag 7, l. 64). M3 beskriver hertil, at der heller ikke er lige så meget tekst til skulpturerne, som der er i særudstillingerne, og at han opfatter det som om, at der lægges mere energi i særudstillingerne (Bilag 7, l. 66-68). Han beskriver hertil, at han synes, at skulpturerne er mindre relaterbare: "(...) vi gik rundt og

kiggede lidt og snakkede lidt om, hvad vi synes om de forskellige skulpturer generelt. Hvor jeg personligt har det sådan lidt, at skulpturer er lidt svære at relatere til" (Bilag 7, l. 22-24). Han beskriver årsagen hertil: "Jeg tror bare, at jeg har det nemmere ved at relatere til noget, jeg selv har prøvet. Eksempelvis at tegne og male" (Bilag 7, l. 34-35). M2 er enig med M3 og beskriver: "Ja, så bliver det sådan lidt en flad oplevelse. Man sætter selvfølgelig pris på skulpturen i sig selv. Men ved man, om det ligner vedkommende? Det har jeg ingen anelse om" (Bilag 7, l. 70-71). Dette vidner om, at udstillingernes relaterbarhed har stor betydning for deltagernes oplevelse. Hvis de er svære at forstå eller sætte sig ind i, har det ingen værdi for dem. M1 beskriver ydermere: "Museerne skal også, ligesom alle mulige andre fag, følge med og stimulere på flere måder, på én gang" (Bilag 7, l. 498-499). Hertil svarer M3: "Og det ved jeg ikke om malerier og skulpturer gør" (Bilag 7, l. 502). M1 svarer: "Det skal i hvert fald sexes lidt op" (Bilag 7, l. 504). Denne samtale tyder på, at sanserne også er særligt vigtige for dem at få stimuleret, og at skulpturerne ikke i lige så høj grad formår dette. Deltagerne beskriver herudover, at de mangler at blive taget i hånden og vide, hvor de skal gå hen på museet. M1 beskriver: "Det, der også irriterer mig lidt ved Glyptoteket er, at jeg ved ikke rigtigt, hvilken vej jeg skal gå, når jeg kommer ind" (Bilag 7, l. 336-337). M4 tilføjer hertil: Der er et eller andet med, hvis du bliver holdt i hånden. Den (red. audioguide) forklarer noget og giver dig en rute." (Bilag 7, l. 339-340). Hvortil M1 beskriver: "Ja, sådan hvilken historie vil I fortælle mig, når jeg kommer ind på Glyptoteket i dag? Jeg skal ikke bare stå og kigge på græske statuer. Helt enkelt" (Bilag 7, l. 342-343). Dermed tolker vi, at deltagerne kunne værdsætte noget vejledning i forhold til, hvordan de skal besøge museet, og er i tvivl om, hvordan de kan opnå den bedste oplevelse. Eksempelvis via audioguides. Dog tilføjer M2 følgende: "Jeg kan godt sætte pris på den der idé om, at man selv vælger og styrer, hvornår man er klar til næste step. Noget, jeg er modstander af, er nemlig museers audioguide, da de dikterer tempoet, for ens museumsbesøg" (Bilag 7, l. 345-347). Dette vidner om, at M2 godt kan lide tanken om at blive taget i hånden på museet, men at han helst selv vil styre tempoet. Han skal kunne have frihed til selv at bestemme, hvornår han er klar til at gå videre i udstillingen. Disse udtalelser bidrager også til at forstå, hvad der kunne have indflydelse på deres holdning til at besøge Glyptoteket igen. M3 beskriver her, at han ikke ville besøge museet igen inden for nærmeste fremtid:

For mit vedkommende ville jeg sammenligne det med, at hvis man tog ind på Glyptoteket, så ville der nok gå lang tid før jeg kom ind igen. Med mindre, der kom en ny særudstilling. Fordi det ville jo svare til at du gik i biografen og så ugen efter gik ind og så den samme film. Altså hvis 80% af det er det samme, så er det måske ikke hver måned, du har lyst til at tage ind og se den. (Bilag 7, l. 513-518)

Hermed sidestiller M3 en oplevelse på Glyptoteket med en tur i biografen, hvor det er tydeligt, at det for ham kræver nyhedsværdi at besøge igen. Derudover vidner interviewdeltagernes udtalelser om, at den faste udstilling med skulpturer ikke vægtes lige så populær som særudstillingerne, da de ikke finder den relaterbar men derimod kedelig og uinspirerende at opleve.

Tema 3: Fremtidige forbedringer

Det sidste tema, der er opstået på baggrund af fokusgruppeinterviewet, omhandler, hvad der for fremtiden kan få deltagerne til at besøge Glyptoteket igen, eller hvad der kunne forbedres på museet. Et gennemgående emne i fokusgruppeinterviewet, er, at deltagerne ønsker at få stimuleret flere sanser. Da deltagerne bliver spurgt om, hvad der kunne få dem til at besøge museet igen, svarer M2 følgende: "Så skulle det måske være det der med, at man så kunne interagere anderledes med en skulptur end bare at se den" (Bilag 7, l. 520-521). Han uddyber:

Jamen, giv mig noget at lytte til. Stimuler andre sanser. Giv mig noget at lugte til. [...]

Jeg elsker museer, hvor man kan lege med det taktile og sætte fingeren på det. [...]

Men stimuler andre sanser end bare synet. Fordi synet er også bare den mest flygtige sans. Du kan flytte blikket hurtigere, end du kan flytte din lugtesans. (Bilag 7, l. 525-531)

De øvrige deltagere begyndte ligeledes at tale om at få stimuleret flere sanser. M1 beskriver, at for ham ville det være fordelagtigt, hvis teksterne til udstillingerne blev læst op. Han beskriver følgende:

Det (red. lydfortællinger) ville give mig sindssygt meget. Det ville være en ekstra dimension. Og det samme med alle skulpturerne. De ville også på en eller anden måde komme til live, hvis man havde en eller anden, der fortalte historien på den måde.

(Bilag 7, l. 264-266)

Dette er M3 enig i og beskriver her, hvordan han også godt kan lide når, der bliver inkorporeret lyd i udstillinger:

Altså der er jo også nogle museer som kører sådan noget, hvor der er en eller anden baggrundslyd, som man ligesom hører i forbindelse med udstillingen. Altså hvor det ligesom så giver et eller andet... Altså sådan en indlevelse i det man går og kigger på. Så det kunne man jo også udforske på en eller anden måde. Om man ligesom skulle kunne lave noget baggrundslyd eller noget som passer til det man går og kigger på.

(Bilag 7, l. 250-255)

Dermed udgør lyd en af de sanser, som deltagerne ser som fordelagtigt at inkorporere i udstillingerne, da dette for dem ville tilføje en ekstra dimension til oplevelsen på museet og bidrage til at optage kunsten på en anderledes måde.

Et andet emne, der går igen i løbet af interviewet, er, at deltagerne ønsker viden om, hvordan malerier, skulpturer og andre objekter bliver til. M1 beskriver:

Jeg tænker altid, når de her forskellige malere, som har sameksisteret på samme tid. Men maler så dybt forskelligt. Hvordan var deres teknik? Hvorfor gjorde de sådan her? Og det der med at de har stået sådan her med deres pensel, i stedet for at lave penselstrøg. Hvorfor har de det? Den fortælling mangler jeg nogle gange. (Bilag 7, l. 789-792)

M2 beskriver ydermere, at han ligeledes gerne vil vide mere om, hvordan skulpturer bliver til:

Også det der med skulpturerne. Hvordan i alverden har de lavet rum imellem armen og brystkassen, eller ribbenene og hvordan det er samlet ved lårene. Hvordan er det her rum lavet uden at knække? Hvor fintfølede skal man være? Hvor meget kan man arbejde med? Det kunne også være interessant, hvis man kunne interagere med kunsten på en helt anden måde. (Bilag 7, l. 799-803)

Hertil uddyber M2 sin idé til, hvordan man eventuelt kunne interagere med kunsten via nogle workshops:

Eksempelvis ved at lave sådan nogle workshops oppe blandt skulpturerne, så man kommer ind i stemningen. Så kunne man få nogle små marmorblokke eller noget tilsvarende, som ikke koster noget. Her kunne det være fedt at få hammer og mejsel og så lige forme lidt og så lige give den en grov korn 40 til at starte med og så 80 og så lige 120'erne lige til finish. [...] Så har man interageret med kunsten samtidig med at man var en del af den. Det er fandme da full circle. (Bilag 7, l. 803-808)

Dette vidner om, at der ligger en interesse hos mændene, der lyder på at kunne få lov til at røre og interagere med kunsten og på den måde lære om, hvad det vil sige at lave skulpturer.

Noget andet, der kommer på tale i fokusgruppeinterviewet, er alkohol, og hvordan det ville have indflydelse på deltagernes besøg på Glyptoteket. Dog er der delte meninger, da etikken om alkoholkultur bryder med deres forestillinger om, hvad museer skal indeholde. M1 udtaler: "Jeg ville jo 100% have lyst til at tage op på Glyptoteket og drikke en bajer. Det er jo en fantastisk view." (Bilag 7, l. 589-591). Hvortil M2 kommer med sit besyv på alkoholidéen:

Så lukker vi sgu lige af for det skrøbelige, rooftop baren er åben. Stik ned i Vinterhaven.

Sidde og få et glas øl eller en kop vin eller et eller andet. Få et slag spil og så fise af

igen. [...] Hov, der var i øvrigt også noget kunst derinde. Skulle vi ikke lige tage herind igen næste tirsdag. Det kan godt være. (Bilag 7, l. 580-583).

M2's udtalelse vidner om, at idéen om at vælge Glyptoteket til et sted man sidder og drikker øl eller vin i Vinterhaven eller på deres tagterrasse vil fremme en lyst til at tage derind igen en anden dag for at se kunst. Dog er M4 imod denne idé om, at alkoholen skal fylde så meget i et initiativ. Han udtaler følgende: "Jeg føler, at det her bliver en lidt større samfundsdebat omkring, hvis vi skal lokke nogle unge ind, så skal vi have alkohol." (Bilag 7, l. 596-597). Han fortsætter efterfølgende: "Jeg ved bare ikke, om jeg synes, det er den måde, man skal lokke dem ind på, at det er alkohol-vejen, eller de har en flot tagterrasse. For så ved jeg ikke, om oplevelsen på museet måske dør lidt." (Bilag 7, l. 603-605). Dette tyder på, at det er vigtigt for M4 at bevare museumsoplevelsen, og at alkohol ikke skal være den primære indgangsvinkel til at besøge museet.

Interviewdeltagerne bliver spurgt, om de benyttede deres telefon i løbet af deres besøg på Glyptoteket. Hertil var deres svar enten nej eller ja, fordi de blot skulle undersøge noget, der ikke havde med udstillingerne at gøre (Bilag 7, l. 290-294). Derudover fik de stillet spørgsmål om, hvad deres syn var på, hvis telefonen var en aktiv del af udstillingerne. M1 udtaler: "Det kommer an på, hvordan den bliver brugt. Hvis man skal læse noget via sin telefon. Så no way." (Bilag 7, l. 307-308). M4 forholder sig enig med M1 og udtaler: "Jeg er lidt i tvivl om det der med at skulle have telefonen frem ville forstyrre mig lidt." (Bilag 7, l. 312). Hvilket M3 også beskriver: "Man kan også bare let blive meget distraheret, hvis man så lige tjekker sine beskeder eller sociale medier, som man nu ellers gør på sin telefon." (Bilag 7, l. 321-322). Dette vidner altså om, at de muligvis ville opfatte telefonen som et forstyrrende element, der ikke ville bidrage positivt til deres oplevelse på museet. M4 beskriver det ydermere i følgende citat:

Men hvis jeg skulle stå og scanne QR-koder hvert minut, så ville jeg blive irriteret over det. Så tror jeg det ville tage en oplevelse væk fra at være der. Og så står man også bare og kigger meget ned i sin telefon, hvis man skulle stå og læse noget. Så jeg tror

det ville være sådan lidt skeptisk omkring det, hvis man blev forbundet af telefonen.

(Bilag 7, l. 316-319).

Der ligger en konsensus om, at telefonen netop kan forstyrre, og at den heller ikke må diktere deres tur på museet – men derimod gerne være vejledende i forhold til at tage dem i hånden og guide dem rundt.

Tempoet i deltagernes oplevelse var ydermere et emne, der vægtede højt for dem. Hvortil M2 beskriver det: “Men det var også noget, vi snakkede om. Det er farten, hvor hurtigt man optager kunsten, og det er meget individuelt.” (Bilag 7, l. 87-88). Her fortæller M1, at han går meget langsomt og sætter pris på at læse alle skilte, hvorimod M2 er meget hurtigere: “Ja, du ville hade at gå sammen med mig. Altså, jeg suser igennem det. Og det er jo ikke fordi, at vi ikke værdsætter kunsten, eller suger det til mig, eller noget, der sker bare i forskellige tempo.” (Bilag 7, l. 97-99). Denne pointe fremstår som vigtig for mændene, da den positive oplevelse på museet også afhænger af, at de selv kan styre deres tempo, men dog gerne vil vejledes og tages i hånden.

På baggrund af mændenes udsagn fra fokusgruppeinterviewet står det klart, at deltagerne fandt den faste skulpturudstilling på Glyptoteket kedelig og ønskede en mere sanselig oplevelse. Selvom deltagerne sjældent besøger museer, blev de positivt overraskede af Glyptotekets arkitektur, Vinterhaven og særudstillingerne. De efterspurgte også mere instruktion til at komme rundt på museet, og social interaktion er for dem meget vigtig i deres museumsbesøg.

3.3 Problemidentifikation

Da vi som tidligere nævnt arbejder ud fra et pragmatisk ståsted, afsøger vi et felt på baggrund af en undren. Dermed har vi interageret med målgruppen og undersøgt deres udfordringer og behov i forbindelse med at besøge museer. Med afsæt i den indsamlede viden og empiri fra forskningsartikler, en spørgeskemaundersøgelse samt et fokusgruppeinterview, har vi identificeret et problem, som vi vil anse som et innovationspotentiale. Tidligere undersøgelser har nemlig påvist, at det i mindre grad er unge mænd, der besøger museer, og at der er opfattelser af, at museumsbesøg kræver specialiseret viden og kultiveret æstetisk smag.

Derudover viser tidligere forskning, at museer er ved at transformere deres rolle fra blot at være opbevaringssteder for historiske, kulturelle eller kunstneriske værdigenstande til at være læringsrum for offentligheden og i højere grad et livsstilsprodukt. Måden, hvorpå man kan skabe en mere engagerende oplevelse hos museumsgæsterne er ved at tilføje interaktive elementer, der både indebærer teknologi, historiefortællinger og at gøre det fysiske rum til en større del af oplevelsen. Tidligere undersøgelser fandt også, at hvis besøgende havde en oplevelse af at have det sjovt, ville de engagere sig mere med udstillingerne og dele deres oplevelse med andre. Dette ville ydermere gøre oplevelsen mere mindeværdig og gøre, at de besøgende potentielt ville genbesøge museet. Ydermere viser gamification sig at være et motiverende element at inddrage på museer, da spilelementer ifølge tidligere forskning har en positiv indflydelse på museumsbesøgendes engagement, deltagelsesniveau og læring.

Fra spørgeskemaundersøgelsen fremgår det tydeligt, at respondenterne i høj grad besøger museer for at få en social oplevelse. De svarede, at det, der kunne gøre museer mere interessante at besøge, var, hvis der var større mulighed for at røre ting, eller hvis udstillingerne indebar interaktive elementer. Herudover fremgik også pointer om, at respondenterne var splittet i forhold til, hvor meget teknologi, der skulle indgå i deres oplevelse på museet eller hvor traditionel, deres oplevelse skulle være.

I fokusgruppeinterviewet fandt vi, at deltagerne især fandt den faste udstilling med skulpturer på Glyptoteket kedelige og uinteressante, og at de ønskede at gøre oplevelsen mere taktil og få sat flere sanser i spil, når de gik rundt på museet. De manglede herudover også at blive taget i hånden og guidet gennem museet for at finde ud af, hvad de skal se, og hvad de skal lære noget om. Deltagerne gav også udtryk for, at det var vigtigt for dem, at museumsbesøget var en social oplevelse, der kunne starte gode samtaler, og at tempoet i oplevelsen var særlig vigtig. For alle deltagerne gjaldt det, at de sjældent besøger museer eller Glyptoteket, men at de alle blev positivt overraskede over Glyptotekets arkitektoniske rum, Vinterhaven og særligt særudstillingerne, da denne besad nyhedsværdi og indeholdte flere tekster og fortællinger om kunsten. Dog vidner deltagernes udsagn om, at museerne i høj grad kæmper om mændenes opmærksomhed på lige fod med andre kulturelle oplevelser og fritidstilbud.

Derfor har nærværende speciale på baggrund af den domænespecifikke viden identificeret et innovationspotentiale, som har til formål at engagere og motivere unge mænd

i deres besøg på Glyptoteket. Med afsæt i dette innovationspotentiale vil følgende afsnit redegøre for teorier, der kan bidrage til at realisere dette.

3.4 Teori

I de følgende afsnit præsenteres den teori, som vi har fundet relevant at inddrage i arbejdet med at besvare specialets problemformulering og udviklingen af innovationspotentialet. Dette omfatter teori om museologi, museumsudstillinger, vaner og motivation, hvilket er fundet relevant at inddrage på baggrund af den udvundne viden fra kontekstfasen.

3.4.1 Ny museologi

Til at indlede det teoretiske afsnit, er der taget et valg om at inddrage teori om *ny museologi* og den *post-normale bevægelse*, da vores problemidentifikation tyder på, at museumsverdenen er i udvikling mod at være mere oplevelsespræget. Derfor redegøres der først og fremmest for denne udvikling, da nærværende speciales fokus også placerer sig i dette paradigmeskifte. De efterfølgende afsnit indebærer teori, der supplerer denne udvikling indenfor ny museologi.

Inden for museumsverdenen har der været en bevægelse kendt som *ny museologi*. Denne bevægelse betragtes ofte som en modreaktion mod de grundlæggende principper, som de fleste museer fulgte frem til omkring årtusindskiftet (Nørskov, et al., 2012, s. 9). Ifølge Dr Suse Anderson (2020, s. 10), står museer og gallerier, som institutioner for viden, over for udfordringer i *post-normale tider*, en periode, der er kendetegnet ved kompleksitet, usikkerhed og modsigelser (Anderson, 2020, s. 10). Herunder beskrives det, hvordan museer traditionelt har håndteret og formidlet viden ved at systematisere og simplificere denne gennem objekter og udstillinger. Men i post-normale tider, hvor kompleksiteten og dynamikken i samfundet øges, bliver denne praksis udfordret. Ifølge Vinnie Nørskov, Helle Jørgensen og Ane Hejlskov Larsen (2012, s. 9) blev museerne tidligere opfattet af både sig selv og omverdenen som relativt lukkede og autoritative institutioner, hvis primære formål var at informere og oplyse folket. Den ældre museologi var således præget af en kontrollerende og monologisk tilgang, hvor viden blev formidlet uden hensyntagen til brugernes forskellige behov og forudsætninger. Med fremkomsten af ny museologi ønsker museerne derimod at åbne sig op, skabe dialog med deres brugere, være relevante og meningsfulde samt stille

spørgsmål, der fremmer refleksion hos brugerne, i stedet for blot at give det "rigtige" svar. Her rettes fokus mod museernes rolle som institutioner, deres samfundsmæssige opgaver og sociale funktioner, samt hvem der besøger museerne. Her understreges museernes betydning i et samfundsmæssigt perspektiv og vigtigheden af, at forskellige brugergrupper – uanset alder, køn eller baggrund – benytter sig af museerne. Denne tilgang bidrager til at legitimere museernes samfundsmæssige relevans, især over for unge som målgruppe. I ny museologi betragtes museerne som institutioner med flere funktioner, der fungerer som ramme for både formel og uformel læring, hvoraf formel læring typisk foregår i uddannelsesmæssige sammenhænge med målbar viden og kompetencemål, mens brugen af museet i fritiden indgår i en uformel læringskontekst. Her lægges vægt på individuel læring, sociale fællesskaber samt refleksion, kritisk debat og identitetsdannelse i overensstemmelse med brugernes behov og interesser. I denne optik ses "at lære noget" som kompatibelt med "at opleve noget". Ydermere åbner den digitale teknologi og sociale medier op for nye muligheder for museer til at engagere i dialog og inddrage deres brugere (Nørskov et al., 2012, s. 10). Ifølge Dr. Anderson (2020, s. 21) fokuserer den post-normale bevægelse på museernes samfundsmæssige rolle frem for kun at være en institution, der bevarer og udstiller objekter. Bevægelsen anerkender behovet for, at museer skal være mere inkluderende og engagerede med deres lokalsamfund, repræsentere mangfoldige historier og perspektiver og fungere som aktive og kritiske agenter i samfundet. Derfor er det vigtigt, at der i post-normale tider ses gennemsigtighed, dialog og samarbejde med publikum og forskellige samfundsgrupper (Anderson, 2020, s. 21).

3.4.2 Det interaktive museum

I nærværende speciale inddrages Kirsten Drotner, Berit Anne Larsen, Anne Sophie Warberg Løssing og Christina Papsø Webers (2011) teori om det interaktive museum. Dette inddrages, da vi i problemidentifikationen fremhævede, at fokusgruppedeltagerne ønskede at få sat flere sanser i spil og at kunne interagere mere med udstillingerne på museet. Den teoretiske viden herfra vil ydermere influere det videre designarbejde i LAB-fasen.

Drotner et al. (2011, s. 13) undersøger aktualiteten af det interaktive museum, og hvad begrebet har af betydning for den kommunikative relation mellem museernes samlinger, museerne som institutioner, og museernes aktuelle og potentielle brugere. Ifølge

Drotner et al. (2011, s. 11) er hovedformålet med et interaktivt museum udvekslingen mellem museer som institutioner og det omgivende samfund. Der sker en udveksling eller kommunikation mellem aktører, som i dette tilfælde er professionelle museumsfolk og publikum, som er de museumsbesøgende. Drotner et al. (2011, s. 13-14) hævder at interaktionen mellem udstilling og publikum spiller en afgørende rolle i den daglige museumspraksis. Dog har digitaliseringen også fået en betydningsfuld rolle, da denne muliggør flere former for kommunikation. Herunder nævnes forskellige måder at kommunikere på, *envejskommunikation* og *tovejskommunikation*. Heraf har digital envejskommunikation en væsentlig rolle, da museer kan profilere sig selv, viderelede praktisk information og kommunikere om særudstillinger eller arrangementer til brugerne. Digital tovejskommunikation omhandler derimod hvordan museer kommunikerer som institutioner i forhold til genstande og publikum (Drotner et al., 2011, s. 15). Ifølge Berit Anne Larsen og Anne Sophie Warberg Løssing (2011, s. 177) er disse former for kommunikation ligeledes en stor del af ny museologi, da museer befinder sig i en forhandlingsproces, hvor institutionerne går fra at være lukket omkring sig selv til at fokusere på brugerne og deres behov. Herunder har digitaliseringen bidraget til at sætte fokus på paradigmeskiftet, da disse kan invitere til dialog og interaktion – både online og på selve museerne. Der sættes spørgsmålstegn ved, hvorfor museer har svært ved at omstille sig fra denne monologiske form for formidling til en mere dialogisk tilgang. I forlængelse heraf findes der ifølge Drotner et al. (2011, s. 17) to forskellige traditioner for museernes funktion. Herunder lyder *oplysningstraditionen* og *oplevelsestraditionen*. Førstnævnte omhandler museets rolle som dannende institution, og borgernes adgang til kulturarv. Museerne har forpligtet sig til at sikre, hvad der normativt anses for god kulturel kvalitet, og de har den nødvendige ekspertise til at udvælge og formidle deres valg til borgerne. Dette hænger sammen med den traditionelle og monologiske form for formidling. Oplevelsestraditionen lægger derimod vægt på, at kultur er et middel til forståelse og fortolkning, hvor brugerne af kulturprodukterne finder glæde, tilfredsstillelse og berigelse. Det er et nyere begreb, der definerer kultur som produkter på et marked, der konkurrerer på lige fod med andre kulturtilbud. Brugerne under denne tradition anses ikke som borgere, men derimod som forbrugere, da deres adgang til kulturen defineres ud fra deres pengepung og andre forbrugsvalg. Disse to forskellige tilgange til kultur foreligger

forskellige mål for interaktion på museerne – om der ønskes oplysning via udstillingerne eller en særlig oplevelse (Drotner et al., 2011, s. 18).

3.4.3 Museer og udstillinger

I nærværende speciale er der foretaget et valg om at inddrage teori om museer og udstillinger. Dette inddrages, da vi i problemidentifikationen fremhævede, at fokusgruppedeltagerne påpegede forskellige problematikker ved Glyptotekets faste skulptursamling. Derfor inddrages teori fra Sally Thorhauge og Ane Hejlskov Larsen (2008) samt Ole Strandgaard (2010), således at disse teoretiske indsigter kan inddrages i udviklingen af designet.

Ifølge Thorhauge og Larsen (2008, s. 33) findes der tre forskellige hovedtyper af museer. Disse er *naturhistoriske museer*, *kulturhistoriske museer* og *kunstmuseer*. Ifølge museumsloven er de naturhistoriske museers vigtigste funktion at belyse naturen, og hvordan den spiller sammen med mennesket. De kulturhistoriske museer studerer de forandringer, der ses i menneskets vilkår gennem tiden. Slutteligt er kunstmuseernes vigtigste opgave at skabe rammerne for æstetisk forståelse og indsigt samt at give et indblik i kunsthistorien (Thorhauge & Larsen, 2008, s. 36-37). Strandgaard (2010, s. 38) beskriver ligeledes de tre museumstyper og påpeger, at museumslovens definition for formålet med hver af de tre museer også har stor indflydelse på, hvilke slags udstillinger og genstande museerne kan fremvise. Disse må nemlig ikke være i strid med museumsloven. I nærværende speciale samarbejdes der med Glyptoteket, som kategoriseres som et kunstmuseum, og derfor vil vi sikre at designet af innovationspotentiallet stemmer overens med kunstmuseernes formål.

Strandgaard (2010, s. 298-299) hævder ydermere, at der på museerne findes to forskellige hovedtyper af udstillinger. Det er henholdsvis *den permanente udstilling* og *særudstillingen*. Forskellen på disse typer er deres varighed, hvor den permanente udstilling står i årevis, hvorimod særudstillingen er mere midlertidig og står i en begrænset periode. Strandgaard (2010, s. 234) beskriver museumsudstillinger som et visuelt medie, der skal have noget på hjerte og en historie at fortælle, som de besøgende kan se og opleve. Ifølge Strandgaard (2010, s. 234) kan dette være i form af en *berettende udstilling* eller en *materialepræsentation*. I tilfældet med kunstmuseer vil en materialepræsentation være objekter, der blot er hængt op for at vise dem, hvor den berettende udstilling eksempelvis

sammenstiller værkerne på nye måder eller i temaer, som udfordrer beskueren (Strandgaard, s. 2010, s. 236). Strandgaard (2010, s. 236-237) hævder hertil at kunstudstillinger dermed adskiller sig fra andre museumstypers udstillinger, fordi værkerne i sig selv besidder en tiltænkt tolkning, som kunstneren har skabt. Dermed er kunstudstillinger ofte mere subjektive end objektive.

Strandgaard (2010, s. 237) beskriver herudover at udstillingsgenstandene fungerer bedst, hvis de har en referenceramme, som beskueren kan relatere til. Det er nemlig de materielle genstande, som beskueren først vil få øje på. Her vil beskueren ifølge Strandgaard (2010, s. 235) forsøge at sætte genstanden ind i sin egen referenceramme ved at overveje, om det siger dem noget, om det minder dem om noget, om det ligner noget, og om det passer til deres forestillinger. Først derefter vil beskueren opsøge eventuelle tekster for at undersøge om deres antagelser er korrekte. Thorhauge og Larsen (2008, s. 51) beskriver, at de tekster, rammer og virkemidler, museet anvender til at beskrive og forklare sine udstillingsgenstande med kaldes *paratekster*. Disse kan eksempelvis være skilte, montre, lyssætning og tekster. Parateksternes hovedformål er at påbegynde en fortolkningsproces hos modtageren ved at pege og gøre opmærksom på genstanden. Ifølge Thorhauge og Larsen (2008, s. 51-52) er parateksterne lige så vigtige som selve genstanden, og genstanden besidder ingen værdi i sig selv, før den tillægges betydning, som parateksterne skaber. Hvis der ikke forekommer paratekster til genstandene, eller hvis disse er mangelfulde, kan det ofte kræve viden omkring historien, naturhistorien eller kunsten for at kunne skabe en referenceramme hvilket medfører, at kun meget øvede museumsbesøgende vil finde disse. Derfor bør museerne ifølge Strandgaard (2010, s. 237) imødekomme de gæster, der er mindre specialiserede indenfor feltet og hjælpe dem til at skabe en referenceramme og forståelse for genstanden.

Strandgaard (2010, s. 238) beskriver ydermere, at det ikke blot er gennem tekster, at man kan give beskueren en bedre forståelse for genstanden. Dette kan også gøres gennem iscenesættelse af genstanden. Strandgaard beskriver hertil: "Det handler om for museets kreative team at finde de udtryk som kan støtte genstandene, få historien frem, fastholde de besøgende og give informationer og en god oplevelse" (Strandgaard, 2010, s. 249). Dette kan eksempelvis gøres ved at tage inspiration fra *berettermodellen* i udstillingens kronologi. Berettermodellen fortæller den gode historie og består af et anslag, der skal fange den besøgende og gøre dem nysgerrige på udstillingen. Præsentationen præsenterer

fortællingens aktører og samtidig uddybes fortællingen, der skal ende ud i historiens point of no return. Herefter er den besøgende nødsaget til at fortsætte fortællingen indtil historien, når sit klimaks, og handlingen falder på plads. Slutteligt ender dette ud i, at de gode sejrer og de onde taber, hvortil den besøgende opnår sin belønning (Strandgaard, 2010, s. 250). Strandgaard (2010, s. 251) påpeger hertil, at det er vigtigt, at berettermodellen konstrueres, så den passer til udstillingens elementer. Til at illustrere denne fortælling i udstillingen, kan der anvendes forskellige udstillingsgreb, som fortæller historien, og denne kan være forskellig afhængig af sammenhængen. Dette kan være i en *analyserende, leksikalsk, rekonstruerende eller narrativ sammenhæng*. Førstnævnte omhandler genstandens konstruktion og materialer. Andet greb omhandler præsentationen af fakta. Tredje greb omhandler genstandens sociale tilhørsforhold, og sidstnævnte omhandler at fortælle genstandens historie (Strandgaard, 2010, s. 262-263).

Thorhauge og Larsen (2008, s. 54) argumenterer desuden for, at alt, hvad museer foretager sig, i sidste ende udgør en form for kommunikation, der modtages af omgivelserne. Dette fremgår tydeligt, når museumsformidlere formidler deres fortolkning af genstande og udstillinger til de besøgende. De besøgende tolker denne kommunikation ved at vælge, hvad de vil fokusere på og hvilke informationer, de ønsker at tilegne sig fra museets formidling af genstande og paratekster. Dette kan resultere i forskellige fortolkninger fra de besøgende, og deres engagement i en udstilling kan variere fra bevidst fravalg til uengageret observation eller aktiv deltagelse alt afhængigt af, hvordan budskaberne præsenteres, og hvad de besøgende ønsker at investere af opmærksomhed og tid. Om kommunikationen fra museet til de besøgende lykkes, afhænger derfor af den besøgendes villighed til at følge udstillingens præmisser og budskaber (Thorhauge & Larsen 2008, s. 54-55). Thorhauge og Larsen (2008, s. 55) beskriver hertil, at der findes forskellige typer af kommunikationstilgange, der kan anvendes, for at de besøgende forstår og oplever udstillingen, som det var tiltænkt. Først og fremmest skal museumspersonalet vælge et tema til udstillingen og derefter en passende titel, der fanger de besøgende og kan give dem indikationer om, hvad de kan forvente at opleve. Herudover er det også vigtigt at gøre sig bevidst om, hvem udstillingen skal henvende sig til. Ifølge Thorhauge og Larsen (2008, s. 56) findes der fire forskellige måder, hvorpå dette kan gøres. Dette kan gøres gennem en *laissez-faire-tilgang*, en *transmissionstilgang*, den *konstruktivistiske tilgang* eller den *narrative tilgang*. Førstnævnte tilgang giver den

besøgende frit spil i udstillingen og lader gæsten vælge frit imellem det, de ønsker at se, og der er derfor ikke lavet en fast rute, de besøgende skal følge. Anden tilgang handler om at tilføre de besøgende ny viden, og derfor er udstillingens formål at formidle viden om genstande til den besøgende på forskellige måder. Den tredje tilgang handler om, at der i udstillingen stilles spørgsmål til de besøgende, således at de besøgende er i centrum og skal forsøge at besvare disse spørgsmål ud fra egen viden og den viden, de kan opnå i udstillingen. Den sidste tilgang handler om at udstillingen ikke blot fortæller en god historie, men opfordrer de besøgende til at forholde sig fortællende til historien. Dermed har gæsten ligeledes vigtige historier og fortællinger at bidrage med, og succesen af udstillingen kan måles på, hvorledes den besøgende genkender fortællingen og kan koble sin egen historie til udstillingen (Thorhauge & Larsen 2008, s. 58-59).

Thorhauge og Larsen (2008, s. 121) beskriver ydermere tre forskellige principper, der kan anlægges i udstillingens udformning og opbygning. Ofte vil en udstilling besidde elementer fra alle tre principper, men dette vil med stor sandsynlighed være i varierende grad. De tre udstillingsprincipper er henholdsvis *det didaktiske*, *det affektive* og *det æstetiske* princip. Det didaktiske princip handler om at tilføre den besøgende ny viden, og derfor kan dette også betegnes det informerende eller undervisende princip. Udstillinger, der indeholder en stor mængde tekst, vil derfor ofte betegnes som didaktiske (Thorhauge & Larsen, 2008, s. 122-123). Det affektive princip kan også betegnes som det dramatiserende princip, da det ofte benytter dramatisk lyd eller lys og stimulerer alle sanser. Formålet med dette udstillingsprincip er at appellere til den besøgendes følelser og holdninger. Med dette princip opstilles der også ofte fysiske miljøer og iscenesættelse, så den besøgende kan forestille sig, hvordan det har set ud (Thorhauge & Larsen, 2008, s. 123). Det æstetiske princip appellerer til den besøgendes synssans og skal få dem til at påskønne det smukke, det skønne og det, der anses for god smag. God smag er i dette tilfælde historisk betinget. Det æstetiske princip fordrer, at der i udstillinger er afstemte farver, meget få skilte, at der som regel ikke forefindes en lydside og at der er god plads mellem genstandene (Thorhauge & Larsen, 2008, s. 127).

3.4.4 Sociale objekter

Der er taget et valg om at inddrage teori om *sociale objekter*, da vi i problemidentifikationen fandt, at deltagerne ønsker, at museumsoplevelsen skal være en social oplevelse. Sociale

objekter kan fordre den sociale oplevelse, og derfor inddrages Nina Simons (2010) teori herom med henblik på at inkorporere det i designprocessen.

“Imagine looking at an object not for its historical or artistic significance but for its ability to spark conversation”. Således indleder Simon (2010, s. 127) kapitlet vedrørende sociale objekter. Simon definerer sociale objekter som genstande eller elementer, der i stor udstrækning fremkalder social interaktion eller samtale mellem de personer, der er i berøring med dem. Derudover kan de både eksistere i den virkelige verden og i den virtuelle. I den virkelige verden kan det eksempelvis være en hund, der fungerer som et udgangspunkt for, at to eller flere mennesker starter en samtale. I den digitale verden kan det derimod være en iPad med specifikt indhold eller et it-baseret læringsspil, der faciliterer samtaler. Ens for de sociale objekter er, at de faciliterer interaktion (Simon, 2010, s. 128-129). Simon identificerer fire kvaliteter, der ofte ses ved sociale objekter. Disse kvaliteter omfatter *personlighed*, som inviterer til en personlig respons og *aktivitet*, hvor objekter opfattes som levende, der for eksempel bevæger sig. Ydermere er der *provokation*, som fremkalder overraskelse eller uforudsigelighed og *relationel interaktion*, som fremmer interaktion mellem mennesker og interpersonel brug (Simon, 2010, s. 129).

For at gøre objekter sociale, fremhæver Simon (2010, s. 132-133) at det er nødvendigt at designe platforme, der positionerer dem som omdrejningspunktet for samtalen, samt at designe dem på en måde, der giver plads til fortolkning. Dette kan eksempelvis opnås ved at placere objekter i nye og anderledes kontekster eller ved at ændre eller omskrive allerede eksisterende tekstbeskrivelser af genstande. Derudover kan det være gavnligt at tilføje egne kommentarer til et objekt eller udforske andre måder at engagere sig med det på. I nærværende speciale udvikles et design med formål om at engagere unge mænd i deres museumsbesøg, hvorfor viden om sociale objekter er vigtigt i denne udvikling. Selve designet vil dermed fungere som det sociale objekt, der skal fordre samtaler og interaktion mellem de besøgende.

3.4.5 Visitor Attention

Der inddrages teori om *visitor attention* oversat til *besøgendes opmærksomhed* for at kunne definere, hvordan man fanger de besøgendes opmærksomhed, og hvordan man vedholder den. Dette er netop relevant at inddrage, da vi i problemidentifikationen fremhævede, at

mændene værdsatte at blive optaget af stort og småt samt tekst og lyd. Derfor finder vi det relevant at inddrage teori af Stephen Bitgood (2013), der omhandler de besøgendes opmærksomhed på museer, da dette kan uddybe, hvordan de besøgende fastholdes.

Ifølge Bitgood (2013, s. 17-18) handler besøgendes opmærksomhed om de psykologiske processer, folk gennemgår, når de besøger et museum. Disse processer kan opdeles i tre trin: *indfangning*, *fokus* og *engagement*. I indfangningsfasen handler det om at stoppe op ved udstillingsobjekterne og se nærmere. I fokusfasen snævrer man sin opmærksomhed ind til et enkelt udstillingselement og ignorerer resten. I engagementsfasen er man meget fokuseret på at undersøge udstillingsindholdet, læse tekstpassager, diskutere indholdet med andre og tænke over, hvad det betyder. Hver fase påvirkes af forskellige faktorer, såsom personlige præferencer, tidligere oplevelser og omgivende faktorer som sociale påvirkninger og design af udstillinger. Handlingerne, som besøgende udfører på museet, er resultatet af disse processer. For at måle opmærksomheden benyttes forskellige indikatorer, såsom hvor tæt de besøgende kommer på et objekt, hvor længe de kigger på det, eller hvor meget de læser. Disse indikatorer kan variere afhængigt af, hvor langt de besøgende er nået i deres opmærksomhedsproces.

De ultimative mål med udstillinger på museer er ifølge Bitgood (2013, s. 64-65), at tilbyde meningsfulde læringsoplevelser, at udfordre holdninger samt at skabe intellektuelle og følelsesmæssige oplevelser, der stimulerer nysgerrighed og spænding. Dog kan disse mål ikke opnås uden at forstå, hvordan man håndterer processen med at indfange de besøgendes opmærksomhed. Bitgood (2013, s. 65) har udformet modellen *attention-value-model*, hvor $attention = detection + value$. Denne formel kan forklares således at sandsynligheden for at lægge mærke til et udstillingsobjekt afhænger direkte af, hvor let det er at opdage stimuliene (f.eks. udstillingsobjektet). En udstillingsgenstand skal først opdages af den besøgende og derefter opfattes som havende en tilstrækkelig værdi til, at den besøgende vil investere den tid og de kræfter, der kræves for engageret opmærksomhed. Opdagelse er vigtigst i indfangningsfasen, mens værdi har størst betydning i engagementsfasen (Bitgood, 2013, s. 66). I nærværende speciale, kan modellen fungere som vejledende i forhold til, hvordan innovationspotentiallet skaber størst mulig opmærksomhed og værdi.

3.4.6 Vaner og vanebrud

I nærværende speciale er der taget et valg om at inddrage teori om vaner og vanebrud, da vi ønsker at udfordre den måde, hvorpå mændene går på museum og deres nuværende opfattelse af museumsbesøg. Dermed skaber teorien et fundament for, hvordan designet kan bidrage til og fremme aktivering af målgruppen ved at fordre nye vaner i deres museumsbesøg. Derfor tages der i følgende afsnit udgangspunkt i Lene Tanggaards *Vanebrud* (2018).

Først og fremmest definerer Tanggaard (2018, s. 9-10) vaner som noget, vi har vænnet os til. Det er ubevidste rutiner, gentagelser og handlemønstre, som vi over tid har tilegnet os og vænnet os til at gøre. Nogle vaner kan være gavnlige, hvorimod andre kan vi have lyst til at bryde, da vi også rodfæster os. Tanggaard (2018, s. 23) har nedfældet syv vaner og en række vanebrudsmetoder, der kan bidrage til at (gen)vinde kontakten til egen kreativitet eller give ny inspiration. Vanerne lyder som følgende: *spørg, lær, se (mærk, duft, smag, lyt), leg, tænk, fordyb dig selv og glem dig selv*. Disse vanebrud er ifølge Tanggaard (2018, s. 24) metoder til at bryde nogle af de vaner, der hæmmer kreativitet og er dermed vejen til at åbne verdenen for os. Tanggaards grundlæggende tanker er, at kreativitet er toppen af et stort isbjerg af vaner, der tjener os godt og stabiliserer vores hverdag. Vaner og vanebrud kan give det moderne menneske en chance for at bidrage med noget nyt og meningsfuldt. De syv vaner og vanebrud kan bidrage til at bryde med vores handlemønstre og dermed opdage nye aspekter i en verden, vi allerede kender. Der kan forekomme gode og dårlige vaner alt efter, hvordan man ser på det. Nogle vaner befordrer kreative processer, hvorimod andre kan forekomme kontraproduktive. Hvis man skal bryde disse vaner, skal man tage små skridt (Tanggaard, 2018, s. 51). For at fremme kreativitet hævder Tanggaard (2018, s. 28), at det er vigtigt at overveje hvilke vaner, der er udbytterige at forfølge og hvilke, der måske bør brydes. Grunden til, at det er fordelagtigt at bryde vaner, er ifølge Tanggaard (2018, s. 40), at det gør livet mere interessant, mere indholdsrigt, mere meningsfuldt og mere kreativt. Mennesker, der oplever at være kreative, vil opleve en højere arbejds- og livsglæde. I nærværende speciale fokuseres der på fire af de syv vanebrud. Disse inkluderer: *lær, se (mærk, duft, lyt), leg og fordyb dig selv*, da disse har størst relevans for specialets problemfelt. Disse udfoldes i følgende afsnit.

Lær

Grundlæggende lærer mennesket hele tiden, men nogle gange kan man have brug for bevidst at placere sig i situationer, hvor man lærer noget nyt, hvis man eksempelvis har bevæget sig for længe i samme spor og savner inspiration (Tanggaard, 2018, s. 75). Ifølge Tanggaard (2018, s. 79-81) findes der tre praksisser, der gør det lettere at lære. Den første handler om, at mennesker lærer mest og bedst, når de er i færd med noget, de interesserer sig for og bruger tid til at fordybe sig i. Derudover lærer vi mest, når vi har glemt, at vi er i gang med at lære. Her hænger engagement og indsats ofte sammen med, hvor meget vi ender med at lære. Når man eksempelvis finder en hobby, man interesserer sig for, kan man helt glemme, at man samtidig er midt i en læringsproces. Slutteligt lærer vi bedst, når vi kan se, at det er nødvendigt for os at lære, hvis vi skal løse bestemte opgaver. Dette kan eksempelvis indebære, at man lærer noget, fordi det er nødvendigt for os for at kunne fortsætte en given praksis. Vi mennesker har det med at rodfæste os i vaner og blive bekvemme deri – derfor kan det kræve, at vi lærer noget nyt for at bryde dem.

Se, mærk, duft, smag, lyt

Kreativitet handler om at genopdage noget, som vi tidligere har erfaret. Nye steder igangsætter vores sanser, og vi lægger mærke til nye dufte, stemninger og indtryk. Efter et stykke tid det samme sted vænner man sig til de nye omgivelser og stopper dermed med at lægge mærke til det, man fandt særligt intenst ved første møde. Dette kan resultere i, at man kan ende med at løbe sanseløst rundt. Derfor handler dét at genopdage egne omgivelser, om at lade sig inspirere og åbne sanserne for det, der er omkring os (Tanggaard, 2018, s. 99-100). Ifølge Tanggaard (2018, s. 109-110) bør vi sanse verden på ny for at kunne genskabe og opfinde og dermed lave et vanebrud. Vi har godt af at inspireres udefra indimellem, og herunder nævnes blandt andet, at en tur på museum eller biblioteket fordrer mulighed for at dykke ned i traditionerne og finde frem til det, vi måske har glemt. Når vi skærper sansningen ved at tage nye steder hen, gør vi os nye erfaringer og erkender verden på nye måder, hvilket åbner muligheden for kreativitet.

Leg

“Leg er kreativitetens arnested” lyder det ifølge Tanggaard (2018, s. 133). Leg er en vigtig og nødvendig vane eller vanebrud for kreativitet. Det giver os adgang til andre universer og virkeligheder end dem, vi umiddelbart færdes i. Det kan være et godt vanebrud, hvis man i en længere periode har været alt for optaget af noget, der kan måles og vejes. Derudover understreger Tangaard (2018, s. 125), at opfindsomhed og kreativitet opstår, når vi forholder os nysgerrige og undersøgende i situationer, der kræver, at vi handler. Livet handler også om at have det sjovt, og her er legen et vigtigt middel. Det at lege er ikke kun for børn, og ifølge Tanggaard (2018, s. 115), kan legen være et vindue til nye forestillinger.

Fordyb dig

Fordybelse er et vigtigt aspekt i de kreative processer. Det moderne samfund har tendens til at distrahere os med alt for mange inputs, nye informationer og oplevelser, hvilket vi ikke nødvendigvis bliver mere kreative af. Derfor kan fordybelse forekomme som et nødvendigt vanebrud. Ifølge Tanggaard (2018, s. 155) er fordybelse et af de vigtigste vanebrud, da vi til hverdag er for opslugte af vores telefoner og den medierede virkelighed fylder mere end den reelle. Fordybelse indebærer flere ting. Det handler blandt andet om at tage en pause fra hverdagens rutiner, at dyrke et håndværk, finde noget, der betyder noget, fortabe sig i fortiden og engagere sig i noget andet end sig selv. Det handler også om at lægge telefonen væk, og derimod tale med en partner, gå en tur, se op og mærke luften. Tanggaard (2018, s. 165-166) mener, at for meget selvbevidsthed kan ødelægge den kreative proces, hvorfor det er vigtigt at turde forbyde og glemme sig selv.

Disse fire vanebrud er essentielle at inddrage i forhold til innovationspotentialitet og designet, da disse brud kan være med til at fremme kreativiteten hos mændene og åbne deres verden. Uanset om det er vaner, mændene har eller ej, giver disse brud en god forståelse for, hvordan man kan bidrage til større kreativitet og engagement.

3.4.7 Motivationsteori

I probleminidentifikationen blev det fremhævet, at tidligere undersøgelser har vist, at mænd i mindre grad end kvinder besøger museer. Derfor er der foretaget et valg om at inddrage teori, der kan give en forståelse for, hvad der kan motivere målgruppen til at foretage handlinger.

Derfor inddrages Richard M. Ryan og Edward L. Deci (2000) teori om motivation. Efterfølgende inddrages John Falks (2011) teori med fokus på museumsbesøgendes motivation.

Ifølge Ryan og Deci (2000, s. 54) handler det at være motiveret om, at man bliver bevæget eller påvirket til at gøre noget. En person, der ikke føler en drift til at foretage sig noget, kan karakteriseres som umotiveret, hvorimod en person, der er energisk eller aktiveret mod noget, anses som motiveret. Ryan og Deci (2000, s. 54) beskriver hertil, at mennesket ikke kun besidder forskellige mængder af motivation, men også forskellige former for motivation. Disse forskellige former for motivation henviser til orienteringen af motivationen – altså de underliggende holdninger og mål, der giver anledning til at individet er motiveret til at foretage handlinger. Ryan og Deci (2000, s. 55) skelner mellem to typer af motivation, der er baseret ud fra forskellige årsager eller mål, der giver anledning til handling. De skelner mellem *intrinsic* (indre motivation) og *extrinsic* motivation (ydre motivation). Førstnævnte refererer til at foretage en handling, fordi det i sagens natur er interessant eller behageligt. Den indre motivation handler derfor om at udføre en aktivitet for individets egen tilfredsstillelse frem for at opnå en belønning. Når individet handler på deres iboende interesser, muliggør det, at personen vokser i viden og færdigheder (Ryan & Deci, 2000, s. 56). De ydre motivationer refererer derimod til, at en person udfører en handling, fordi det medfører et resultat. Ryan og Deci (2000, s. 60-61) beskriver hertil, at der kan være forskellige årsager til, at man er ydre motiveret, hvilket betyder, at der er forskellige typer af ydre motivation, der besidder forskellige grader af autonomi og selvbestemmelse (2000, s. 61). Den første type er *ekstern regulering*, der repræsenterer den mindst autonome form for ydre motivation. Denne type udføres for at tilfredsstille en ydre efterspørgsel eller for at opnå en ydre belønning. Den anden type ydre motivation er *introjiceret regulering*, som er en indre regulering, der udføres for at undgå en følelse af pres, skyld eller angst. Denne type kan også udføres for at styrke ens følelse af værd. Den tredje type er *regulering gennem identifikation*. Denne type er mere autonom og besidder mere selvbestemmelse. Den udføres, når en person identificerer sig med betydningen af en bestemt adfærd og accepterer dens regulering som sin egen. Den sidste motivationstype er *integreret regulering*. Denne type er den mest autonome og udføres, når identificerede regler bliver fuldt ud assimileret til selvet. Dette sker gennem selvransagelse og ved at bringe nye regler i overensstemmelse med ens andre

værdier og behov (Ryan & Deci, 2000, s. 62). Hermed hævder Ryan og Deci (2000, s. 65) at ekstern motivation kan variere i omfanget af selvbestemmelse.

Falk (2011, s. 27) undersøger også, hvad der motiverer mennesker og særligt med henblik på at besøge museer. Han hævder, at museer eksisterer i dag for at tiltrække og tilfredsstille besøgende, og gerne så mange som muligt. Dog findes der meget lidt viden omkring, hvem der besøger og hvorfor. Falk (2011, s. 28) hævder, at det før har været en luksus at kende sine brugere, men at det i dag er en nødvendighed for at kunne kende årsagen til, hvorfor de besøger, hvad de får ud af deres oplevelse og hvilken værdi, de tillægger besøget. Verden bliver mere og mere konkurrencepræget, hvor hvert museum konkurrerer om de besøgendes gunst. Det er ikke blot museer, der kæmper mod museer, men også museer, der kæmper mod andre kulturelle oplevelser og fritidstilbud. Hvis museer skal blive ved med at vedligeholde deres popularitet, skal de ifølge Falk (2011, s. 28) øge deres forståelse for forbrugeren og hvorledes de kan tilfredsstilles. I takt med at museer bliver populære arenaer for fritidsaktiviteter, undersøges det, hvad museumsoplevelsen beriger brugeren med. Ifølge Falk (2011, s. 31-32) er museumsbesøg dybt personlige og tæt knyttet med hvert individs identitetsfølelse. Han beskriver, at de besøgende, han har talt med, beretter om, at deres besøg har relateret sig til, hvordan de ser sig selv, hvordan de gerne vil være, og hvordan museet understøttede deres personlige mål og behov. Dermed er motivationen for at besøge museer dybt forankret i skabelsen af individets personlige identitet (Falk, 2011, s. 31-32). Dertil har Falk (2011, s. 36-37) opstillet fem motivationskategorier, der kan ligge til grund for brugerens museumsbesøg, og som er beregnet til at tilfredsstille et eller flere personlige og identitetsrelaterede behov. Disse kategorier lyder som følgende *opdagelsesrejsende, formidlere, professionelle/hobby dyrkere, oplevelsessøgende og genopladere*. Den første kategori om de opdagelsesrejsende handler om de besøgende, der drives af nysgerrighed og har interesse inden for museets emner. De forventer ydermere at finde noget, der vil fange deres opmærksomhed og inspirere deres læring. Den anden kategori om formidlere omhandler besøgende, der er motiverede af sociale interaktioner. Deres primære formål med besøget er at muliggøre oplevelser og læring for andre i den sociale gruppe, de følges med. Den tredje kategori om professionelle/hobbydyrkere drejer sig om de besøgende, der oplever en tæt forbindelse mellem museets indhold og deres egne professionelle eller hobbyrelaterede passioner. Deres

Besøg er ofte motiveret af et ønske om at udforske specifikke emner eller interesser. Den fjerde kategori om oplevelsessøgende er besøgende, der føler sig motiverede til at besøge museet, fordi de ser det som en betydningsfuld destination eller en form for status. Deres tilfredshed ligger primært i selve oplevelsen af at have været der og kan "tjekke det af på listen". Den femte og sidste kategori om genoplade handler om besøgende, der først og fremmest søger en indsigtfuld, spirituel og/eller styrkende oplevelse. De betragter museet som et tilflugtssted fra hverdagens travlhed og opfatter museer som fredelige og afslappende. Hvis man dermed kender de museumsbesøgende og har en forståelse for deres besøg kan disse motivationsfaktorer bidrage til at vurdere museumsoplevelsens karakter og give mulighed for at forbedre den (Falk, 2011, s. 39).

På baggrund af den udvundne viden fra hele kontekstfasen, vil designet af innovationspotentiallet udfoldes i følgende LAB-fase.

LAB-fasen



I denne fase præsenteres de designprincipper, der er udviklet baseret på domænespecifik viden fra kontekstfasen. Fasen vil udfolde designprincipperne, som danner grundlag for det overordnede design.

4. LAB-fase

Da nærværende speciale anlægger et pragmatisk perspektiv, hvor det ønskes at finde en løsning på et identificeret problem ved at interagere med det undersøgte felt, fremlægges der i denne fase vores løsning på det identificerede innovationspotentiale. Denne fase af specialet indebærer de *designprincipper*, der er udviklet på baggrund af den domænespecifikke viden, der er udvundet fra forskningsartiklerne, spørgeskemaundersøgelsen, fokusgruppeinterviewet samt teori fra kontekstfasen. Derfor vil følgende afsnit indeholde en gennemgang af de designprincipper, der skal danne grundlag for det overordnede design og initiativ, der har til formål at engagere unge mænd i deres besøg på Glyptoteket. Først redegøres der for, hvorledes vi forstår designprincipper og efterfølgende uddybes de én for én. Derudover redegøres der for, hvad en prototype er, samt hvad vores overordnede design består af.

4.1 Designprincipper

Designbaseret forskning resulterer i design-viden, som omfatter idéer, teorier, principper og heuristikker, der fungerer som vejledning i designprocessen. Design er en kontinuerlig proces med løbende forbedringer af designets funktioner (Baumgartner & Bell, 2002, s. 3). For at sikre en tilfredsstillende brugeroplevelse anbefaler Eric Baumgartner og Philip Bell (2002, s. 4) udviklingen af designprincipper. Disse principper forsøger at artikulere aspekter af den designbaserede viden og kan anvendes i forskellige sammenhænge. De er baseret på teoretisk viden, erfaring og sund fornuft og angiver, hvad der bør inkluderes og undgås i et design. Men det er vigtigt at forstå, at designprincipper alene ikke garanterer effektivt design. Det kræver ofte betydelig implicit viden at anvende dem korrekt, og de er også kontekstbundne og kan muligvis ikke overføres til nye situationer. Der er tre centrale spørgsmål, som designere bør stille sig selv i udviklingen af designprincipper. Disse lyder på hvilken målgruppe designprincipperne henvender sig til, hvorledes designprincipperne anvendes, samt hvilke kendetegn designprincipperne skal besidde for at være gavnlige for målgruppen (Baumgartner & Bell, 2002, s. 5). Det handler om at identificere og forstå målgruppen, hvilket indebærer at klarlægge, hvem der vil være brugerne eller modtagerne af designprincipperne, og hvordan disse principper vil påvirke deres oplevelse. Derudover er det

afgørende at definere, hvordan designprincipperne vil blive anvendt i praksis. Dette omfatter at skabe en klar metode til implementering, der sikrer, at principperne bliver implementeret og ikke blot forbliver teoretiske retningslinjer. Endelig er det vigtigt at fastlægge de specifikke kendetegn, som designprincipperne skal besidde for at være gavnlige for målgruppen. Dette kan omfatte krav til tydelighed, tilpasningsevne, praktisk anvendelighed og andre faktorer, der sikrer, at principperne er relevante, brugbare og værdiskabende for de personer eller organisationer, de er designet til at tjene (Baumgartner & Bell, 2002, s. 5-7).

På baggrund af den domænespecifikke viden, vi har udvundet fra kontekstfasen, der både indebærer spørgeskemaundersøgelsen og fokusgruppeinterviewet samt teoretiske tekster og tidligere forskning, har vi udformet fire designprincipper. Disse principper bliver derfor centrale i udformningen af designet, der har til formål at forbedre museumsoplevelsen for de mandlige brugere på Glyptoteket. Designprincipperne indebærer forskellige elementer, der anses særligt vigtige for brugeroplevelsen og omhandler blandt andet at få sat flere sanser i spil, at tage brugerne i hånden i deres besøg, gøre det til en social oplevelse samt at formidle de faste udstillinger på en ny måde. Dog skal disse designprincipper stemme overens med Glyptotekets retningslinjer, hvilket betyder, at vi som designere skal forholde os realistiske, således at designet passer ind i museets ramme. De fire designprincipper udfoldes i følgende afsnit.

Designprincip 1: Designet skal formidle den faste udstilling på en ny måde og guide de besøgende gennem udstillingen

Det første designprincip fokuserer på at formidle Glyptotekets permanente skulptursamling på en ny måde. Dette skal blandt andet gøres ved at tilføre nye paratekster til udstillingen, som kan tilføre de besøgende ny viden, som de ikke kan opnå i udstillingen på nuværende tidspunkt. De aktuelle paratekster i udstillingen beskriver blot det årstal skulpturen er fra, og hvem det forestiller, hvis dette vides. De nye paratekster skal i højere grad tilføre viden i form af narrative beretninger, således at udstillingen i højere grad bliver en berettende fortælling frem for en materialepræsentation. Dette er ligeledes for at skabe en mere relaterbar oplevelse for brugerne. Derfor tages også et valg om at ændre udstillingens kommunikationstilgang fra at være en laissez-faire-tilgang til at bevæge sig mod de tre andre tilgange, som er transmissionstilgangen, den konstruktive tilgang og den narrative tilgang, der

fordrer tilførsel af ny viden, at der stilles spørgsmål til den besøgende og at dette gøres på en fortællende måde. Dette skal både fordre at udstillingen formidles på en ny måde, men samtidig skal det også hjælpe den besøgende til at blive guidet gennem udstillingen og at den besøgende bliver inddraget. Dette vil blive gjort ved at tage inspiration fra berettermodellens punkter for den gode fortælling. Derfor skal designet fordre det leksikalske og det narrative udstillingsgreb. Dermed vil designet også i højere grad tilhøre under oplevelsestraditionen og dermed involvere brugeren mere i deres besøg via tovejskommunikation.

Dette designprincip er udviklet på baggrund af resultaterne fra kontekstfasen, hvor det fremgik tydeligt, at interviewdeltagerne fandt den permanente skulptursamling særligt uinteressant og uden nogen nyhedsværdi. Desuden gav deltagerne udtryk for ønsket om, at den permanente samling blev formidlet på en anderledes måde, samtidig med at de blev guidet gennem museet og hjulpet til at forstå, hvilken viden de skulle opnå fra udstillingen.

Designprincip 2: Designet skal fordre en social oplevelse og inddrage brugerne

Det andet designprincip har til formål at fremme museumsbesøget som en social oplevelse, samt at inddrage de besøgende og give dem mulighed for at interagere med udstillingen. Designet skal derfor fordre at fange de besøgendes opmærksomhed og gerne fastholde den. Måden, hvorpå dette skal foregå, er for det første ved at skabe et socialt objekt, som kan fremkalde social interaktion og bidrage til samtale mellem de personer, der er i berøring med objektet. Det endelige design vil fungere som det sociale objekt og vil dermed blive en "tredje genstand", som brugerne skal samarbejde om. Objektet skal give plads til fortolkning, og kan dermed fungere som samtalestarter. Designet skal fordre de fire kvaliteter, der ses ved sociale objekter, som er personlighed, aktivitet, provokation og relationelle interaktioner. For det andet skal dette designprincip udvikles ved at gøre museumsoplevelsen mindre traditionel og monologisk, og i højere grad dialogisk ved at inddrage brugerne i udstillingen, således at interaktion kan opstå.

Dette designprincip er opstået på baggrund af viden fra kontekstfasen, hvor det fremgik af både spørgeskemaundersøgelsen og fokusgruppeinterviewet, at respondenterne anser museumsbesøg for sociale oplevelser og at de faktisk kun besøger museer sammen med andre. Herudover fremgik der også et ønske om at kunne interagere med udstillingerne, og

at tempoet i deres museumsbesøg var afgørende for, hvor højt deres opmærksomhedsniveau var ved hver udstilling.

Designprincip 3: Designet skal sætte flere sanser i spil og fremme kreativitet

Det tredje designprincip skal igangsætte flere sanser hos den besøgende og dermed fremme leg og kreativitet. Dette skal blandt andet gøres ved at ændre den permanente skulptursamling fra at være baseret på det æstetiske princip, til også at fordre det didaktiske og det affektive princip. For at skabe denne fornyelse, søges der at appellere til flere sanser end blot synet. Dette vil ikke kunne tage form af fysiske ændringer ved udstillingen, men ved at tilføre et ikke-steds-bestemt design, der kan fremme tilførsel af ny viden for den besøgende samt at tilføre dramaturgi, der skal stimulere flere af den besøgendes sanser. Designprincippet vil i særdeleshed inddrage følesansen, således at brugerne kan røre og mærke et fysisk objekt. Derudover skal designet indeholde en form for leg og dermed invitere til at være nysgerrig og søge nye forestillinger og syn på verden. Designet skal også gerne fordre læring ved, at brugerne kan læse og lære om udstillingerne. På den måde skal designet have den effekt, at brugerne glemmer, at de er i gang med at lære, da designet gerne skal invitere til fordybelse og interaktion. Designet skal dermed opfordre de besøgende til at interagere med kunsten på innovative og sansestimulerende måder, der bryder med de sædvanlige museumsbesøgsvaner. Ved at engagere flere sanser kan museerne skabe en mere fordybende og mindeværdig oplevelse. Hermed udfordres og udvides den traditionelle forventning til et museumsbesøg ved at bryde med vaner og åbne op for et mere kreativt og dynamisk museumsbesøg.

Dette designprincip er udviklet på baggrund af den indsamlede viden fra kontekstfasen, hvor det blandt andet fremgik, at interviewdeltagerne ønsker at få sat flere sanser i spil, når de besøger Glyptoteket og dermed bryde med deres nuværende opfattelse og vaner ved et museumsbesøg.

Designprincip 4: Designet skal fordre engagement og motivation

Det sidste designprincip skal engagere og motivere den besøgende. Dette skal gøres ved at fange brugernes opmærksomhed således at de stopper op ved udstillingsobjekterne og får

lyst til at se nærmere på udstillingsindholdet. Derfor skal designet fordre, at de besøgende har det sjovt for at skabe en engagerende og fordybende oplevelse. Dette vil vi opnå ved at integrere de tre andre designprincipper og dermed stimulere brugeren i sådan grad, at de ikke kan undgå at lægge mærke til udstillingsgenstandene. På denne måde søger vi at opnå de mål, der er for visitor attention. Designprincippet skal ydermere motivere brugerne til at interagere med og engagere sig i udstillingerne. Dermed skal det gøre brugerne nysgerrige og vække deres interesse for museet – altså gøre dem opdagelsesrejsende. De tre forrige designprincipper skal bidrage til at vække den besøgendes indre og ydre motivation. Dermed skal designet fordre, at den besøgende kan opnå en indre tilfredsstillelse eller ydre belønning ved at benytte designet på museet.

Dette designprincip er opstået på baggrund af viden fra kontekstfasen, hvor teori om interaktive elementer og spil på museer, viser sig at have en positiv og engagerende indflydelse på museumsbesøgende.

4.2 Prototype

Ovenstående designprincipper udgør de bærende elementer i det endelige design. Til at afprøve designet på vores brugere har vi udformet en *prototype* af designet. En prototype spiller en vigtig rolle i den iterative designproces, da den ifølge Christensen, Gynther & Petersen (2012, s. 5) fungerer som en model af det endelige produkt til at teste idéerne i praktisk sammenhæng. Skabelsen af prototyper er en proces, hvor designet udvikles, evalueres og forbedres gennem en systematisk tilgang. Den første prototype er kun et indledende udkast, som muligvis kun demonstrerer de grundlæggende principper i konceptet. Men med tiden udvikles prototypen til et delvist eller fuldt udviklet design, der kan konkretiseres som et brugbart koncept. Derfor er det vigtigt, at prototypen er så virkelighedstro som muligt, da der som oftest testes på "rigtige brugere". Dog handler det ikke kun om at afprøve, om designprincipperne virker, eller om de er sandfærdige – selvom det naturligvis er en del af processen – men det handler i højere grad også om, at designeksperimentet er et iterativt forløb, der løbende tester og forbedrer designet i praksis. Dette er med formålet om at gøre designet så robust som muligt, således det kan anvendes i forskellige sammenhænge (Christensen, Gynther & Petersen, 2012, s. 5). I følgende afsnit vil en dybdegående beskrivelse og gennemgang af vores prototype forekomme.

4.3 Mysteryspil

På baggrund af ovenstående designprincipper er der foretaget et valg om at udforme en prototype, der skal simulere et mysteryspil. Det overordnede design og initiativ, der skal engagere og motivere unge mænd i deres besøg på Glyptoteket, skal baseres på et spil, som fremmer sanserne, guider mændene rundt på museet og skal formidle den faste udstilling på en ny måde. Vi har valgt, at spillet skal være et interaktivt mysterium, da vi ser fordele i, at denne form for spil kan indeholde ovenstående designprincipper. Derfor designes et initiativ, der skal fungere som socialt objekt og dermed har til formål at engagere, aktivere og guide brugerne rundt i de faste udstillinger på museet. På baggrund af de kvalitative og kvantitative undersøgelser fandt vi, at mange af brugerne ikke så en fordel i at benytte deres smartphones som en del af deres tur på museet, da de i hverdagen er for opslugte af den og den medierede virkelighed. Derfor er der taget et valg om at udforme spillet analogt i papirform og dermed ikke digitalt. Herved kan brugerne være til stede i deres oplevelse uden at inddrage smartphonen som et potentielt forstyrrende element. Et andet formål med at gøre spillet analogt er at fordre en social oplevelse. Dette forekommer ved, at de skal løse mysteriet i grupper og samarbejde om at holde styr på alle elementer i spillet. Således kan det også være en fordel, hvis spillerne vælger at uddelegere forskellige roller til hver enkelt deltager, eksempelvis at en administrerer ledetrådene og en holder øje med alle vidneudsagn mv. Derfor er det også tiltænkt, at spillet egner sig til to til seks personer. Formålet med dette er at skabe en social oplevelse, der inddrager brugerne i deres besøg på Glyptoteket. Således skal dette fordre designprincip 2, ved at spillet fungerer som et socialt objekt, der muliggør social interaktion og samarbejde og som skal gøre museumsoplevelsen mere dialogisk. Ved at fremme designprincip 2 kan museumsoplevelsen ligeledes gøres mere engagerede og motiverende, hvad også foreskrives i designprincip 4. Derudover stræber vi efter, at spillet skal fungere så selvstændigt som muligt. Derfor påtænker vi, at deltagerne finder spillet i en stander, der er placeret i informationen, som er til venstre for indgangen til Glyptoteket. Standerne skal klargøres og forberedes af museumsansatte, og er dermed et spil, som de besøgende kan gennemføre på egen hånd. Spillet forekommer som et frivilligt tilbud, som de museumsbesøgende kan benytte sig af, hvis de ønsker en mere interaktiv oplevelse på museet. Spillet afsluttes i informationen, hvor deltagerne sammensætter ledetrådene og

løser mysteriet. Vi vil dog undlade at gå nærmere ind på de praktiske detaljer, da dette falder uden for specialets rammer og primært er op til museet selv at facilitere.

I det følgende afsnit illustreres, hvordan spillet fungerer i praksis, og hvordan deltagerne skal tage det i brug på Glyptoteket.

4.4 Midsommermordet på Glyptoteket

Det udformede mysteriespil, som skal engagere og aktivere de mandlige brugere på museet, kaldes *Midsommermordet på Glyptoteket*. Der henvises til bilag 9 for spillets grafiske elementer. Mysteriets fortælling er inspireret af berettermodellen og er baseret på indvielsen af Kampmann-bygningen på Glyptoteket den 27. juni 1906. Hertil har vi opdigtet et fiktivt scenarie om, at Carl Jacobsen og hans kone Ottilia Jacobsen afholdt en fest på museet med de øverste samfundslag i København. Til denne fest bliver der begået et fiktivt mord på en karakter, journalisten Felix Møller, og tre andre opdigtede karakterer er mistænkte for mordet. Spillerne har til at løse mysteriet ved at opklare mordgåden og afsløre morderen. Dette gør de ved at indsamle ledetråde og løse gåder rundt på Glyptoteket. Formålet med denne fortælling er at formidle den faste udstilling på en ny måde, ved at skabe en berettende fortælling om indholdet. Derudover skal deltagerne guides igennem udstillingen gennem transmissionstilgangen, den konstruktive tilgang og den narrative tilgang, som designprincip 1 foreskriver. Ved at spillerne skal løse et mysterium bliver spillerne opfordret til at arbejde sammen. Spillet fungerer derfor som en samtale starter som designprincip 2 foreskriver. Til spillet er der udvalgt seks skulpturer fra den permanente udstilling, som deltagerne skal finde frem til, og disse fungerer som øjenvidner til mordmysteriet. Spillerne finder frem til disse skulpturer via ledetråde. Når spillerne finder skulpturerne, har de både mulighed for at læse supplerende historiske fakta om skulpturen, samt at få vidneudsagn fra skulpturerne om, hvad de så den aften mordet blev begået. Således kan spillerne løbende gætte på, hvem morderen er, samt lære om skulpturerne. Ved at tilføre historiske fakta bliver det leksikalske udstillingsgreb inddraget, som designprincip 1 fordrer. De vidneudsagn, som skulpturerne deler med spillerne undervejs, kan forekomme vildledende, da de kan tolkes på og dermed rette mistanke mod en eller flere af de tre mistænkte. Formålet med dette er at skabe rum for fortolkning og samtale blandt spillerne, og herved fremme designprincip 2 om at skabe en social og inddragende oplevelse. Formålet med de tvetydige vidneudsagn er samtidig at

fremme designprincip 4, der handler om at engagere og motivere deltagerne. Spillet er som nævnt udformet i papirform, og nogle af ledetrådene fremstår i fysisk form, hvilket henviser til designprincip 3, da deltagerne får aktiveret deres følesans. Hele mysteriet kulminerer i Glyptotekets Festsal, hvor spillerne får deres sidste ledetråd. Herefter skal de gætte, hvem morderen er på baggrund af de indsamlede informationer, de har nået frem til gennem spillet. Til sidst i spillet bliver deltagerne bedt om at gennemgå ledetrådene omhyggeligt, da der på bagsiden af alle ledetrådene står bogstaver, som tilsammen giver et ord (se Bilag 9). Den rette kombination af bogstaverne udgør tilsammen morderens profession. På baggrund af beretningerne om de mistænkte, kan spillerne løse mysteriet om, hvem morderen er. Det vil sige, at spillerne undervejs indsamler bogstaverne, og dermed vil løsningen befinde sig foran dem. Dette er inkorporeret for at låne et element fra escape rooms. Formålet er at fremme overraskelse og uforudsigelighed gennem provokation som kvalitet ved det sociale objekt jævnfør designprincip 2. Der kræves ikke ekstraordinær intelligens eller avanceret viden blandt spillerne, men snarere kreativitet og evnen til at tænke ud af boksen, hvilket kan fordre vanebrud i forhold til, hvordan fokusgruppeinterviewdeltagerne har beskrevet deres museumsbesøg. Det kan betyde, at genstande eller spor, som ved første øjekast synes at være ubetydelige eller forvirrende, senere viser sig at være nøglen til at løse gåden. Bogstaverne er en påmindelse om, at det ikke kun handler om, hvad man ved, men også om, hvordan man tænker og interagerer med omgivelserne. Dermed kan der argumenteres for, at escape room elementer er en måde, hvorpå man kan fordre vanebrud, da det får deltageren til at bryde gængse handlemønstre og fremmer kreativitet ved leg og fordybelse.

I følgende afsnit udfoldes spillet i detaljer, og en præsentation af spillets elementer fremgår.

Sagsmappe

Når deltagerne finder spillet i Informationen, vil de modtage en sagsmappe, der indeholder beskrivelser af mysteriet, vigtige dokumenter der sætter dem ind i historien samt konvolutter, der fungerer som løbende ledetråde i spillet. Et udsnit af sagsmappen ses nedenfor i figur 12.

Breaking News

MIDSOMMERMORD PÅ GLYPTOTEKET

Detektiver søges!

Har du det, der skal til for at opklare dette mysterium? Besidder du en skarp deduktionsmagt og evnen til at samle ledetråde og opklække sandheden? Så er det dig, vi har brug for. Alene har du været mere brug for opklaring og efterforskning af sandheden i denne sag.

27. JUNI 1906

ÅBNINGSFEST

Hvem er morderen?

I en varm sommeraften den 27. juni i 1906, og brygger Carl Jacobsen, og stifter af Ny Carlsberg Glyptotek, og hans hustru Otilia fejrede indvielsen af den nye tilbygning til Glyptoteket - Kampmann-bygningen. Inviteret til denne galmourøse begivenhed var en række af Københavns mest indflydelsesrige og magtfulde personligheder. Musikken spillede, champagnen flød, og de elegante gæster dansede i Glyptotekets prægtige festsal omgivet af nogle af verdens mest imponerende skulpturer. Men festlighederne tog en dyster drejning, da en af gæsterne findes forgiftet og død. Mordet er endnu ikke opklaret og kun skulpturerne var tavse vidner til forbrydelsen.

Din opgave er finde øjenvidnerne gennem ledetrådene og sammenfatte deres vidensudsagn, så mysteriet kan blive løst!

INTRODUKTION

CARL & OTILIA JACOBSEN

Det var en varm sommeraften den 27. juni i 1906, og brygger Carl Jacobsen, og stifter af Ny Carlsberg Glyptotek, og hans hustru Otilia fejrede indvielsen af den nye tilbygning til Glyptoteket - Kampmann-bygningen. Inviteret til denne galmourøse begivenhed var en række af Københavns mest indflydelsesrige og magtfulde personligheder. Musikken spillede, champagnen flød, og de elegante gæster dansede i Glyptotekets prægtige festsal omgivet af nogle af verdens mest imponerende skulpturer. Men festlighederne tog en dyster drejning, da en af gæsterne findes forgiftet og død. Mordet er endnu ikke opklaret og kun skulpturerne var tavse vidner til forbrydelsen.

Din opgave er finde øjenvidnerne gennem ledetrådene og sammenfatte deres vidensudsagn. Dette vil løse mysteriet om hvem der er morderen på midsommermordet.

MIDSOMMERMORDET PÅ GLYPTOTEKET

TIL DEDEKTIVEN

Mordet er begået på Felix Møller, som var en ung og ambitiøs journalist fra København. Han var kendt for sine skarpe politiske analyser i slutningen af 1800-tallet. Han blev inviteret til festen på Glyptoteket på grund af sine tætte forbindelser med flere af de fremmede gæster, og fordi han arbejdede på en stor afsløring om narkotikabrug blandt lyens elite. Den dag stoppede disse afsløringer, hvilket blev set som et tegn på hans død. Møller var kendt for sine skarpe politiske analyser og havde et godt forhold til mange af de fremmede gæster. Han var kendt for sine skarpe politiske analyser og havde et godt forhold til mange af de fremmede gæster. Han var kendt for sine skarpe politiske analyser og havde et godt forhold til mange af de fremmede gæster.

DE MISTÆNTE:

Til midsommerfesten var der tre gæster, der alle er under mistanke for mordet på Felix Møller.

- Otto Krüger En konkurrencefyldt brygger
- Herman Bellini En karismatisk operasangerinde, kendt for sin utrolige stemme og dramatiske temperament.
- Professor Lorentzen En skarp sprogmand med en passion for de antikke skulpturer.

Undersøg sagsmappen for at læse vigtige detaljer om de mistænkte og deres motiver.

Figur 12: Sagsmappens indhold

Spillerne får en introduktion til, hvad spillet går ud på, og hvorledes det løses af gruppemedlemmerne. Denne introduktion kan læses nedenfor i figur 13.

INTRODUKTION

CARL & OTILIA JACOBSEN **ÅBNINGSFEST 1906**

Det var en varm sommeraften den 27. juni i 1906. Brygger og stifter af Ny Carlsberg Glyptotek, Carl Jacobsen og hans hustru Otilia fejrede indvielsen af den nye tilbygning til Glyptoteket - Kampmann-bygningen. Inviteret til denne galmourøse begivenhed var en række af Københavns mest indflydelsesrige og magtfulde personligheder. Musikken spillede, champagnen flød, og de elegante gæster dansede i Glyptotekets prægtige festsal omgivet af nogle af verdens mest imponerende skulpturer. Men festlighederne tog en dyster drejning, da en af gæsterne findes forgiftet og død. Mordet er endnu ikke opklaret og kun skulpturerne var tavse vidner til forbrydelsen.

Din opgave er finde øjenvidnerne gennem ledetrådene og sammenfatte deres vidensudsagn, så mysteriet kan blive løst!

Figur 13: Introduktion til mysteriespillet

Som det ses i figur 13, indeholder introduktionen en beskrivelse af, hvem Carl Jacobsen og Ottilia Jacobsen er, og hvorfor de afholdte festen, samt hvad der skete til festen. Således bliver spillerne sat ind i fortællingen omkring mordmysteriet. Derudover indeholder sagsmappen en artikel om mordet, hvilket ses nedenfor i figur 14.

Special Edition

København

Breaking News

MIDSOMMERMORD PÅ GLYPTOTEKET

Detektiver søges!

Har du det, der skal til for at opklare dette mysterium? Besidder du en skarp detektivsans og evnen til at samle ledetråde og afdække sandheden? Så er det dig, vi har brug for. Aldrig har der været mere brug for opklaring og afsløring af sandheden i denne sag.





27.
JUNI
1906

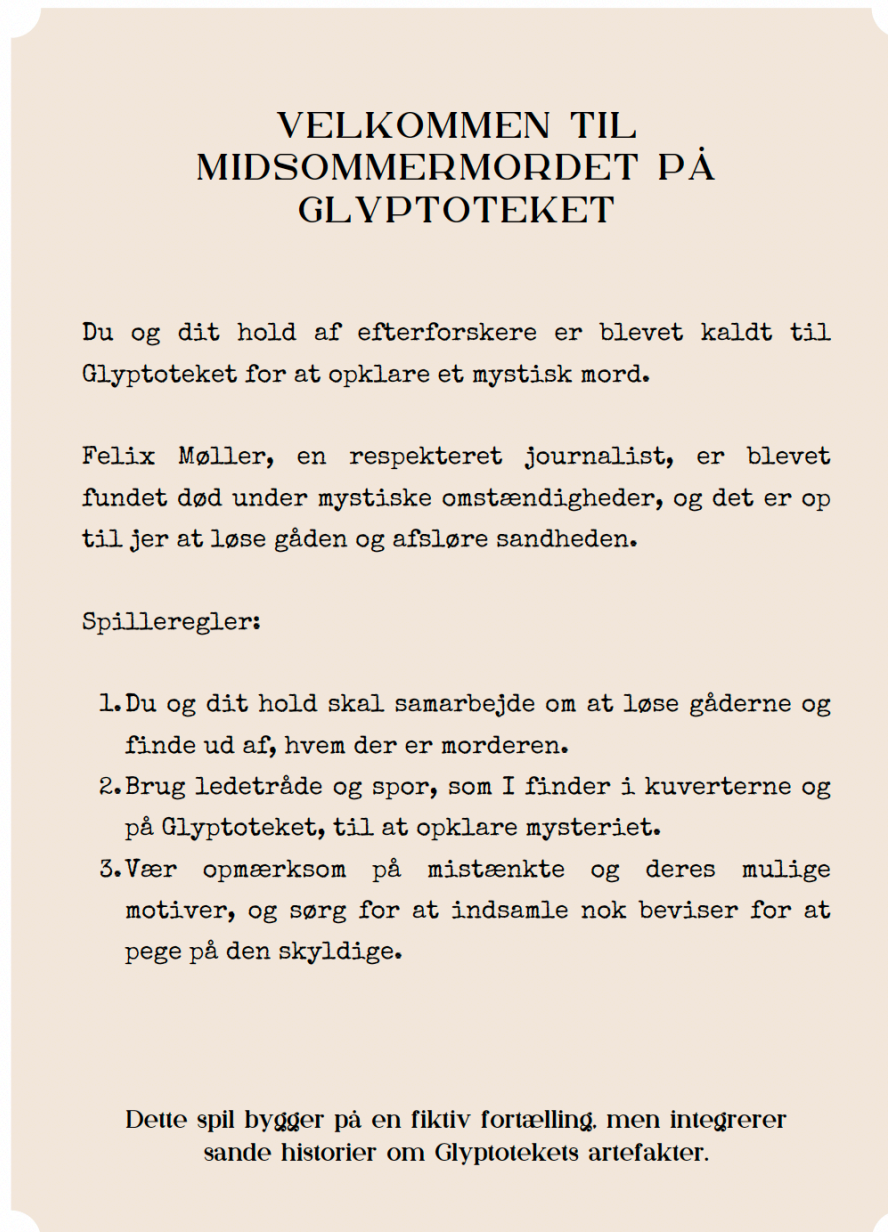
ÅBNINGSFEST

Hvem er morderen?

En grusom forbrydelse fandt sted under Midsommerfesten på Glyptoteket den 27. juni 1906. Mysteriet om morderen er uløst, og vigtige detaljer om historiens gang mangler stadig. Vi skal have afsløret morderen, så retfærdigheden kan sejre, og sandheden kan komme for dagen. Således kan vi sikre, at de rette fortællinger bliver fortalt, og at intet mørke forbliver skjult i skyggerne.

Figur 14: Artikel om mordmysteriet

Denne artikel er til for at gøre oplevelsen mere realistisk og for at fremme spillernes indlevelse i mordmysteriet og i deres roller som detektiver. Derudover indeholder sagsmappen et dokument, der forklarer spillereglerne. Dette dokument ses nedenfor i figur 15.



Figur 15: Spilleregler

Dette dokument skal fremhæve personlighed som kvalitet ved det sociale objekt, ved at deltagerne selv bliver inddraget og skal anvende deres egne detektivevner. Således fremmer dette designprincip 2. I sagsmappen bliver der ydermere beskrevet, hvem den myrdede er. Den myrdede karakter er den Københavnske journalist Felix Møller, og en beskrivelse af ham ses nedenfor i figur 16.



TIL DEDEKTIVEN

Mordet er begået på Felix Møller, som var en ung og ambitiøs journalist fra København. Han var kendt for sine skarpe politiske analyser i slutningen af 1800-tallet. Han blev inviteret til festen på Glyptoteket på grund af sine tætte forbindelser med flere af de fremmødte gæster, og fordi han arbejdede på en stor afsløring om byens elite. Møllers omfattende dokumenter og noter afslørede blandt andet bedrageri, ulovlig handel og intriger blandt byens mest indflydelsesrige personer. Disse dokumenter var ikke kun skriftlige beviser, men indeholdte også detaljerede vidnesbyrd fra anonyme kilder fra de højeste kredse. Hans død stoppede disse afsløringer, hvilket har skabt mystik og øget relevans for sagen.

DE MISTÆNKTE:

Til midsummerfesten var der tre gæster, der alle er under mistanke for mordet på Felix Møller.

- **Otto Krüger:** En konkurrencedygtig brygger
- **Carmen Bellini:** En karismatisk operasangerinde, kendt for sin utrolige stemme og dramatiske temperament.
- **Professor Lorentzen:** En skarp arkæolog med en passion for de antikke skulpturer.

Undersøg sagsmappen for at læse vigtige detaljer om de mistænkte og deres motiver.

Figur 16: Beskrivelse af den myrdede

Som det beskrives i figur 16, fremgår det, at den myrdede journalist, Felix Møller, var kendt for sine skarpe politiske analyser, og han arbejdede på en stor afsløring om byens elite. Derudover beskrives de tre mulige mordere; bryggeren Otto Krüger, operasangeren Carmen

Bellini og arkæologen Professor Lorentzen. I figur 17, 18 og 19 udfoldes en beskrivelse af de tre mistænkte mordere og deres motiv.



An investigation card for Otto Krüger. It features a portrait of a man with a beard on a clipboard, a magnifying glass over a fingerprint, and two beer bottles. The card is divided into sections for name, profession, and motive.

NAVN: OTTO KRÜGER

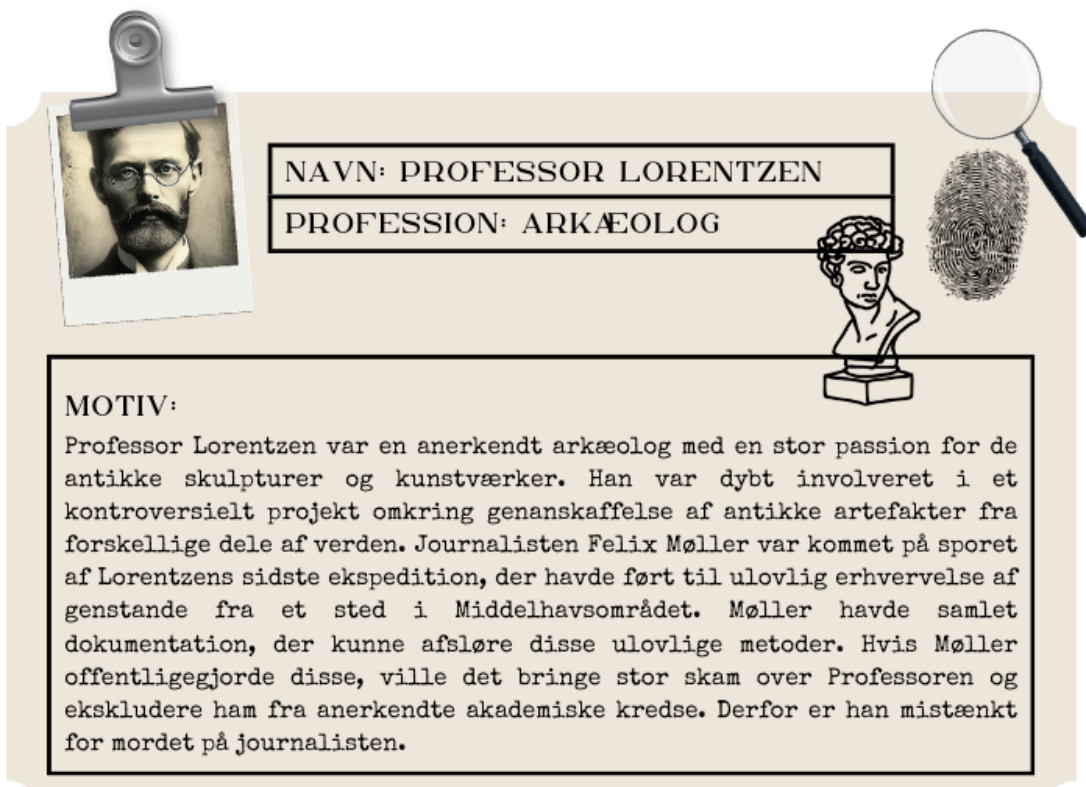
PROFESSION: BRYGGER

MOTIV:

Otte Krüger er en fremtrædende brygger og en direkte konkurrent til Carl Jacobsen og havde sit eget komplekse motiv for at være involveret i mordet på Felix Møller. Krüger havde i hemmelighed planlagt at introducere en ny øl, der på alle måder var en kopi af Carl Jacobsens berømte bryg. I et miljø hvor opskrifter blev betragtet som dybt bevogtede hemmeligheder, kunne sådan en handling ikke blot skabe juridiske konsekvenser, men også ødelægge hans omdømme i bryggeriindustrien.

Møller havde gennem sine kontakter i bryggeriindustrien indsamlet tilstrækkelige beviser, der ville afsløre kopieringen af opskriften og Krügers ulovlige metoder. Denne afsløring ville ødelægge Krüger liv og karriere. Derfor er han mistænkt for mordet på journalisten.

Figur 17: Beskrivelse af den mistænkte: Otto Krüger



An investigation card for Professor Lorentzen. It features a portrait of a man with glasses on a clipboard, a magnifying glass over a fingerprint, and a bust of a man. The card is divided into sections for name, profession, and motive.

NAVN: PROFESSOR LORENTZEN

PROFESSION: ARKÆOLOG

MOTIV:

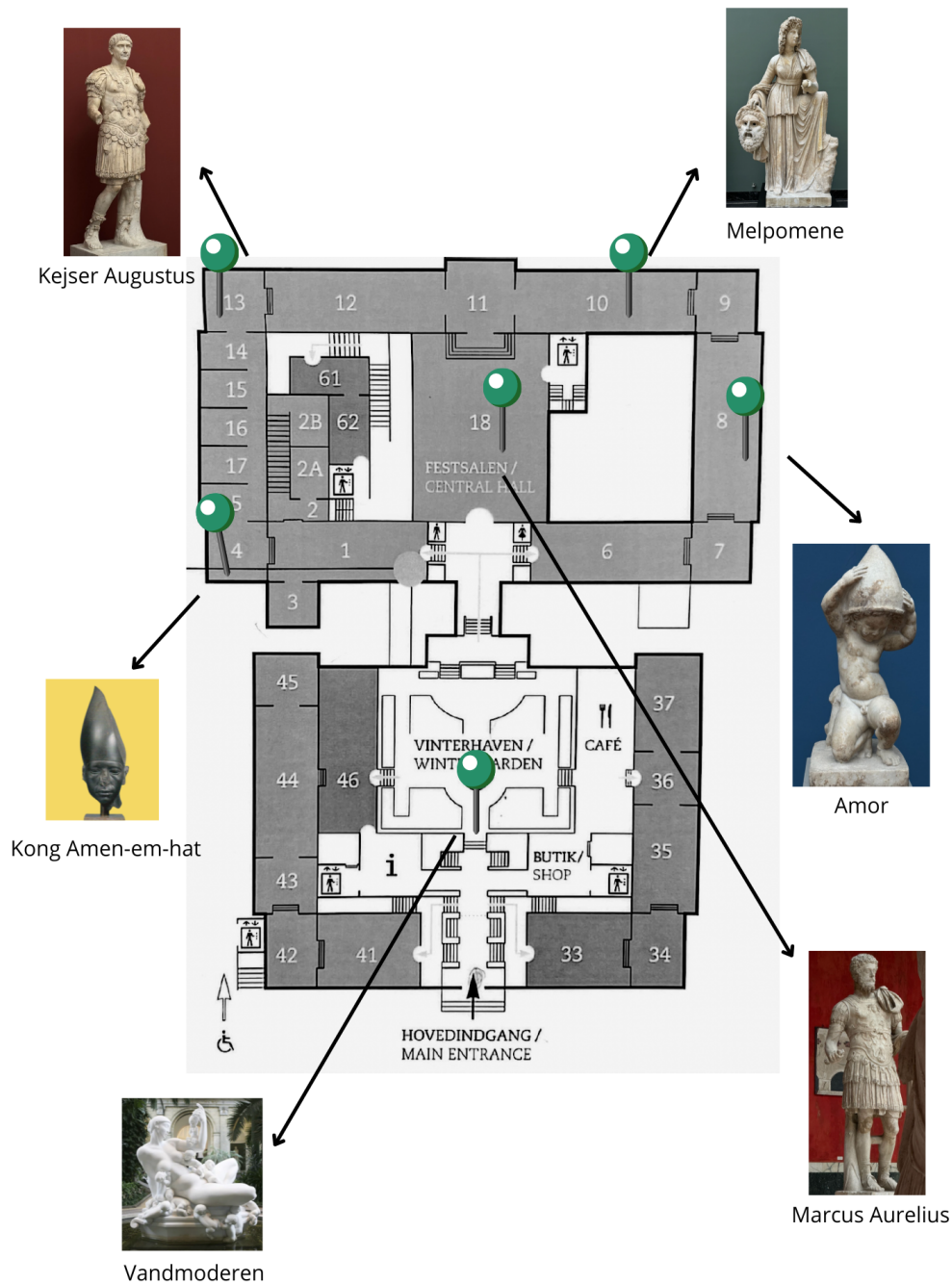
Professor Lorentzen var en anerkendt arkæolog med en stor passion for de antikke skulpturer og kunstværker. Han var dybt involveret i et kontroversielt projekt omkring genanskaffelse af antikke artefakter fra forskellige dele af verden. Journalisten Felix Møller var kommet på sporet af Lorentzens sidste ekspedition, der havde ført til ulovlig erhvervelse af genstande fra et sted i Middelhavsområdet. Møller havde samlet dokumentation, der kunne afsløre disse ulovlige metoder. Hvis Møller offentliggjorde disse, ville det bringe stor skam over Professoren og ekskludere ham fra anerkendte akademiske kredse. Derfor er han mistænkt for mordet på journalisten.

Figur 18: Beskrivelse af den mistænkte: Professor Lorentzen



Figur 19: Beskrivelse af den mistænkte: Carmen Bellini

Således bliver spillerne sat ind, hvem de mistænkte er, og hvordan de indgår i midsommermordet på Glyptoteket. Ydermere finder spillerne en plantegning over Glyptoteket, hvilket skal hjælpe dem med at holde overblik over, hvor de befinder sig. Denne plantegning ses illustreret nedenfor i figur 20.



Figur 20: Plantegning over Glyptoteket

Som det ses på plantegningen i figur 20, er det afbildet, hvor skulpturerne befinder sig. Dette er dog blot til læserens orientering, for at illustrere ruten på Glyptoteket, som spillerne skal igennem. Spillerne får kun plantegningen til orientering og kender dermed ikke til placeringen af skulpturerne, men skal selv finde dem via ledetråde. Således bliver deltagerne guidet rundt på museet gennem den narrative tilgang, som designprincip 1 foreskriver. Det er herudover tåltænkt, at deltagerne skal medbringe denne sagsmappe med rundt på museet, således de

løbende kan benytte sig af ledetrådene eller genlæse historien om mysteriet. Dette skal således også fremme deres følesans, som designprincip 3 foreskriver. Slutteligt finder spillerne første ledetråd i sagsmappen, som skal lede dem til den første skulptur på museet. Dette forekommer som et ledende digt, hvilket ses i figur 21.



Figur 21: Første ledetråd

På baggrund af dette digt skal spillerne regne ud, at de skal gå til Vinterhaven og finde skulpturen Vandmoderen. Hvad der sker herfra beskrives i følgende afsnit.

Konvolut 1

Når deltagerne har fundet frem til Vandmoderen i Vinterhaven, som den første ledetråd i sagsmappen henviste til, vil de få adgang til første konvolut. I denne finder deltagerne et kort (Figur 22), hvor de kan læse om den skulptur, de har fundet frem til. Dette kort ses illustreret nedenfor.

OM VANDMODEREN

Dette mesterværk; "Vandmoderen" er skabt af billedhuggeren Kai Nielsen og udgør en fascinerende blanding af ro og vitalitet. Med årene har Vandmoderen udviklet sig til mere end blot en skulptur; den er blevet et ikon og et vartegn for Glyptoteket. Den symboliserer livets skrøbelighed og skønhed, og står som en evig påmindelse om naturens og moderskabets kraft.

VANDMODERENS VIDNEUDSAGN

"I nattens mulm og mørke løb en skikkelse ud af Glyptotekets prægtige døre. I hast og jag blev jeg ramt af en tung duft af øl. Mere ved jeg ikke, men en vis konge, som du finder gennem Løvehallen, kan fortælle dig mere."

Læs din næste ledetråd.

Figur 22: Beskrivelse af skulptur og vidneudsagn

Denne del med faktuel information om skulpturen er medtaget i spillet for at fordrer designprincip 1, som handler om, at den faste skulptursamling skal formidles på en ny måde. Den viden, som deltagerne vil få her, er blandt andet, hvem der har skabt skulpturen, og at den er et vartegn for Glyptoteket, hvilket udgør en paratekst der samtidig fordrer et leksikalsk udstillingsgreb. På det samme kort vil deltagerne herudover kunne læse, hvad Vandmoderen så til festen i mysteriet – hvilket forekommer i hendes vidneudsagn. I dette vidneudsagn udtrykker Vandmoderen, at hun har set en skikkelse løbe ud af museet og at denne person lugtede af øl. Formålet med dette vidneudsagn er, at det skal pege på, at bryggeren er den mulige morder. Dette vidneudsagn har til formål at engagere deltagerne i deres jagt på morderen og fordrer dermed designprincip 4 i forhold til at motivere dem som opdagelsesrejsende gennem deres besøg på Glyptoteket. Herefter vil deltagerne finde deres næste ledetråd (Figur 23) i konvolutten, som giver dem en ledetråd om, hvor de skal finde deres næste vidne.



Figur 23: Anden ledetråd

Denne ledetråd indikerer blandt andet, at deres næste vidne bærer en krone, stammer fra Ægypten, og at det ingen næse har. Ved at give dem ledetråde til, hvor de nu skal begive sig hen, bliver deltagerne guidet igennem udstillingen, hvilket jf. designprincip 1 er en ny måde at komme igennem den permanente udstilling på.

Konvolut 2

Den forrige ledetråd henviser til skulpturen Kong Amen-em-hat, der befinder sig i Glyptotekets Ægyptiske samling. På plantegningen i figur 20, kan det ses, at skulpturen befinder sig i sal 4. Når deltagerne har fundet frem til denne, kan de åbne den næste konvolut. Denne består ligesom den forrige konvolut af et kort med viden om den fundne skulptur (Figur 24), denne skulpturs vidneudsagn samt en ledetråd (Figur 25) til deres næste vidne, som også er en skulptur.

OM KONG AMEN-EN-HAT |||

I en æra hvor faraoer herskede som guder, dominerede Kong Amen-em-hat III det gamle Egyptens Mellemste Rige. Hans statue adskiller sig med sin kegleformede krone, som symboliserer hans status. Hans ansigt tiltrækker opmærksomhed med sine realistiske træk, da det var en sjældenhed i egyptisk kunst i denne æra. Dette portræt repræsenterede et kortvarigt skift mod mere realistiske fremstillinger af regenter, et stilistisk eksperiment, der snart ville forsvinde i historiens tåger.

KONG AMEN-EN-HAT'S VIDNEUDSAGN

“Under nattens festligheder blev jeg vækket af et øjeblikks tumult. En skikkelse skyndte sig forbi og tabte en genstand på gulvet med en klirrende lyd. I sin blinde famlen efter genstanden afslørede personen sit behov for denne. En vis Kejser kan berette yderligere om, hvad der skete den skæbnesvangre aften.”

Læs din næste ledetråd.

Figur 24: Beskrivelse af skulptur og vidneudsagn

Parateksten i figur 24 er medtaget for at fremme designprincip 1 og 4, da det skal formidle den permanente udstilling på en ny måde via disse paratekster med en narrativ tilgang samt fordre en social oplevelse. Den viden, som deltagerne kan opnå i denne paratekst om skulpturen, omhandler blandt andet skulpturens ansigtstræk, som vidner om den periode, skulpturen er fra. Af vidneudsagnet fremgår det, at vidnet har set en skikkelse skynde sig forbi, men tabte en genstand, som havde en klirrende lyd. Formålet med denne ledetråd er at antyde, at arkæologen er morderen, da han er den eneste person med briller, som spillerne kan identificere ud fra billederne af de potentielle mistænkte. Ledetråden har ikke slået fejl, hvis spillerne ikke regner ud, at det er briller, der henvises til ved den klirrende lyd. Det er meningen, at spillerne selv danner deres egne indtryk og sammen tolker på, hvem de tror, morderen er. Dette henviser til designprincip 2, da spillet som socialt objekt her både har til formål at skabe aktivitet, tolkning blandt spillerne og provokation i forhold til både at skabe forvirring og gætte på, hvem morderen er. Således fordrer spillet også i højere grad en

dialogisk oplevelse frem for traditionel på Glyptoteket. Når deltagerne har læst informationen på de to kort, kan de derefter læse ledetråden, der skal føre dem til deres næste vidne. Denne

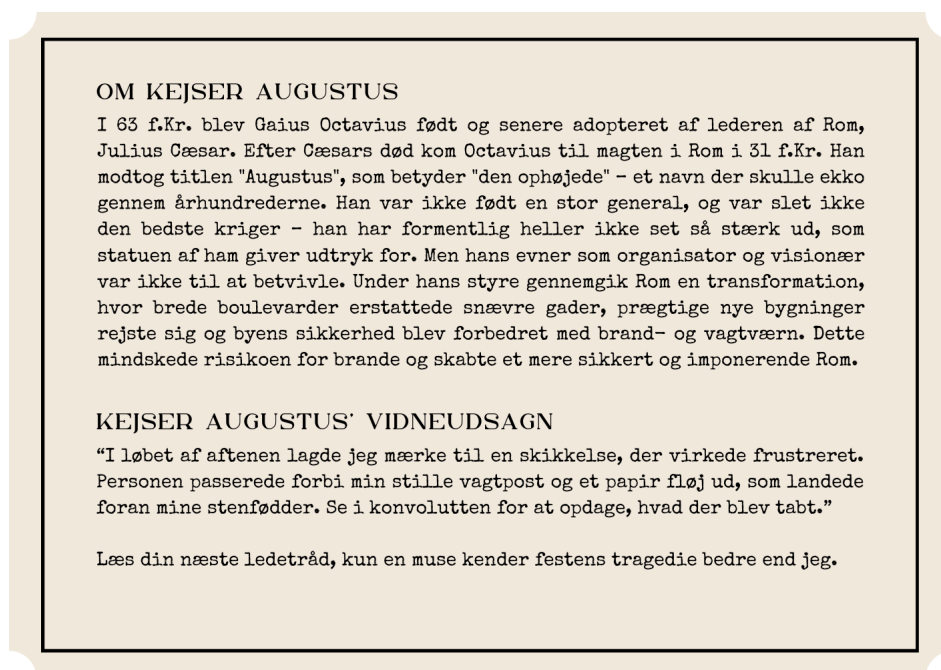


Figur 25: Tredje ledetråd

ledetråd indikerer, at vidnet er klædt i brynje, mangler en hånd og befinder sig i et rødt rum, hvilket ses nedenfor i figur 25.

Konvolut 3

Deltagernes tredje ledetråd henviser til en skulptur af Kejser Augustus (Figur 26), der befinder sig i sal 13 i Kampmann-bygningen. Når de har fundet denne, kan de åbne næste konvolut,



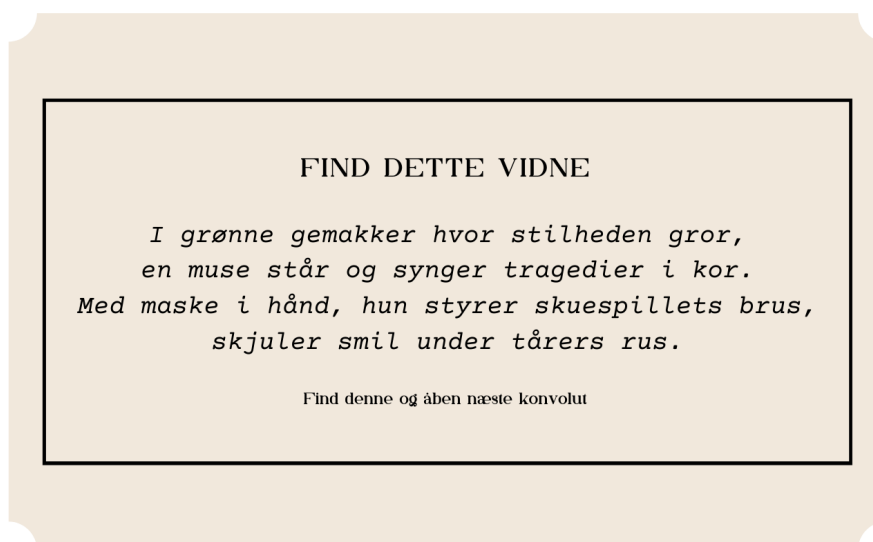
Figur 26: Beskrivelse af skulptur og vidneudsagn

der ligesom de forrige indebærer to kort. Det ene kort (Figur 26) udfolder en narrativ fortælling med fakta om Kejser Augustus, hvor deltagerne blandt andet kan lære, at Kejser Augustus var med til at forbedre brandsikkerheden i Rom, hvilket igen henviser til designprincip 1. På kortet i figur 26 findes herudover hans vidneudsagn for aftenen, hvor mordet blev begået. Særligt ved denne konvolut er, at vidneudsagnet henviser til en genstand, som også kan findes i konvolutten. Denne genstand (Figur 27) er en hemmelig opskrift, som blev tabt på aftenen for mordet og som spillerne finder i papirform. Dette henviser til designprincip 3, da opskriften forekommer som et fysisk element, som spillerne kan tage og føle på. Formålet med dette vidneudsagn er, at det skal indikere, at bryggeren er moderen, da han netop har en hemmelig opskrift på en øl, som spillerne kan læse i beskrivelsen om ham som mistænkt morder.



Figur 27: Fysisk genstand som ledetråd

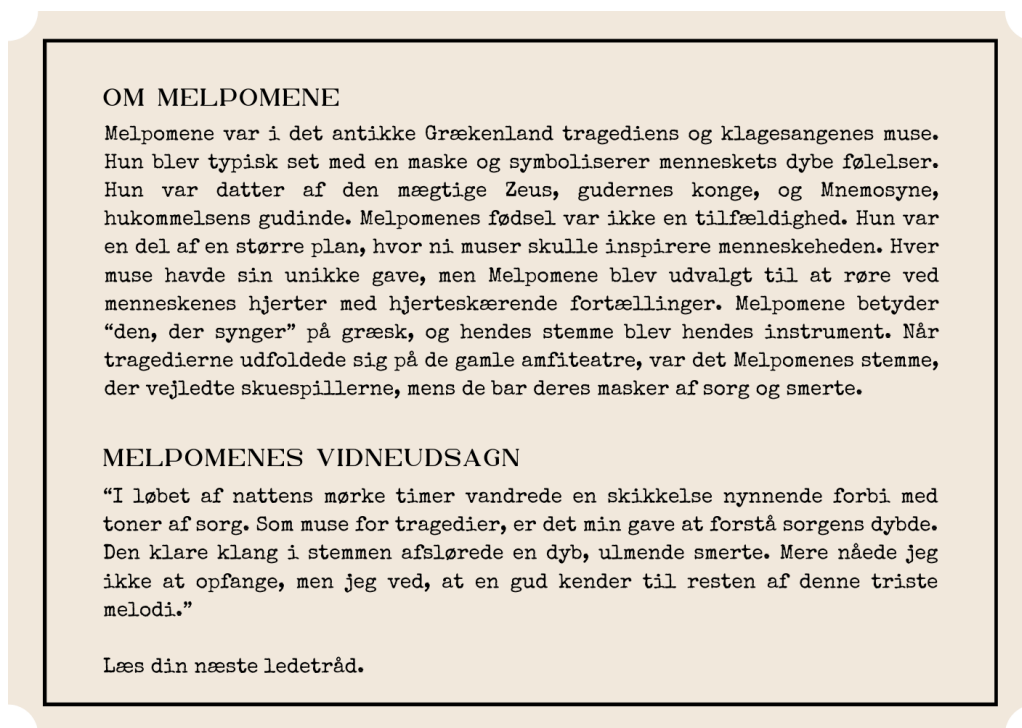
Opskriften som genstand har til formål at fremme designprincip 3 om at sætte sanserne i spil, da spillerne her får noget konkret, de kan røre ved som en del af oplevelsen. Det andet kort (Figur 28) beskriver en ledetråd til det næste vidne. Denne ledetråd indikerer, at vidnet befinder sig i et grønt rum, er en muse og har en maske i hånden.



Figur 28: Fjerde ledetråd

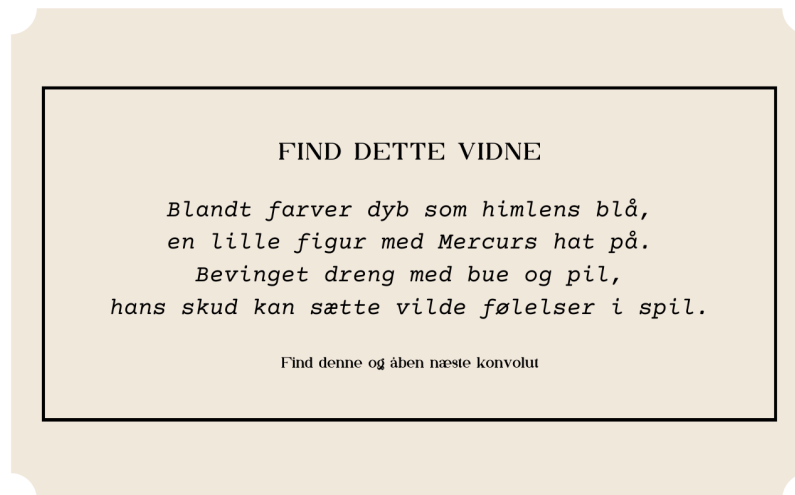
Konvolut 4

Ledetråden fra den forrige konvolut henviser til en skulptur af musen Melpomene, som befinder sig i sal 10. Når deltagerne har fundet frem til skulpturen, kan de åbne deres fjerde konvolut. Ligesom de forrige konvolutter finder spillerne to kort. Det ene (Figur 29) indeholder en paratekst om skulpturen og dens vidneudsagn.



Figur 29: Beskrivelse af skulptur og vidneudsagn

Som det ses i figur 29, kan spillerne blandt andet opnå viden om, at Melpomene var tragediens og klagesagens muse i det antikke Grækenland, hvilket henviser til designprincip 1, da der præsenteres en narrativ beretning af skulpturen fremfor en materialepræsentation. I vidneudsagnet kan deltagerne læse om, at vidnet så en skikkelse nynne en sang, og at det lød som om, at personen var i dyb sorg. Formålet med dette vidneudsagn er, at det skal pege på, at operasangeren er moderen. Dog er det også et bevidst valg, at vidneudsagnet er tvetydigt og derfor også kan pege på andre. Dette kan forvirre spillerne, men det er med den hensigt om, at fordre designprincip 2, således at den sociale oplevelse styrkes i deres gætterier om, hvem morderen er. Det andet kort i konvolutten indeholder en ledetråd til det næste vidne, deltagerne skal finde, hvilket ses nedenfor i figur 30.



Figur 30: Femte ledetråd

Af denne ledetråde i figur 30 fremgår det, at vidnet befinder sig i et blå rum, er en lille figur med Mercurs hat på og kan sætte vilde følelser i spil. Så snart deltagerne har gjort sig bekendt med den viden, de har fået af de to kort, kan de forsøge at finde deres næste vidne, som ledetråden henviser til.

Konvolut 5

Ledetråden fra den forrige konvolut henviser til en skulptur af Amor med Mercurs hat, som befinder sig i sal 8. Når spillerne har fundet frem til denne skulptur, kan de åbne deres sidste konvolut, som tager form som de forrige konvolutter. Deltagerne vil igen finde to kort i konvolutten. Den ene kort indeholder en paratekst med en narrativ fortælling med fakta om Amor, hvor det blandt andet beskrives, at han er elskovens gud, hvilket endnu engang henviser til designprincip 1. Dette ses nedenfor i Figur 31.

OM AMOR MED MECURS HAT

I en æra med guder og helte, herskede Amor, elskovens gud, over hjertets hemmeligheder. Født af skønhedens gudinde, Venus, og krigsguden Mars, var Amor en skikkelse af tilsyneladende modsætninger, forenet i én charmerende, bevinget dreng. Med sin magiske bue og pile var han mester i at vække kærlighedens flamme blandt både dødelige og udødelige. Amor var ofte en brik i sin mors intriger og blev brugt til at orkestrere romantiske forviklinger for sjov eller for at opnå en guddommelig fordel. I den græske tradition blev han kaldt Eros og romerne, på den anden side, omtalte ham som Amor eller Cupido, hvilket indikerer kærlighed og begær. Uanset navnet, var hans rolle konstant: at navigere i kærlighedens komplekse og stormfulde farvande.

AMORS VIDNEUDSAGN

“Som en, der kender kærlighedens magt alt for godt, forstår jeg, at den kan føre folk til handlinger, de aldrig troede mulige. Kærlighed kan være drevet af passion, vilje eller dybt begravede hemmeligheder. Men i nat, da mørket faldt, passerede en skikkelse mig, og jeg fornemmede en aura af hævn-gerrighed.”

Læs næste ledetråd.

Figur 31: Beskrivelse af skulptur og vidneudsagn

Herudover finder deltagerne Amors vidneudsagn i figur 31 for aftenen, hvor mordet blev begået. Af dette vidneudsagn får deltagerne at vide, at vidnet så en skikkelse passere, som emmede af hævn-gerrighed. Formålet med dette vidneudsagn er, at det skal pege på at operasangeren er morderen, fordi det også beskrives, at Amor kender til kærlighedens magt, og at den kan føre folk til utænkelige handlinger. Dog er formålet også at dette vidneudsagn skal være tvetydigt, og at det derfor også kan pege på de andre mistænkte. Ved at tilføje tvetydige ledetråde skal vidneudsagnet fremme deltagernes motivation for at løse mysteriet og dermed fremme designprincip 4. Det andet kort i konvolutten beskriver deltagernes sidste ledetråd, som skal lede dem til det sidste vidne i rækken, hvilket ses nedenfor i figur 32.



Figur 32: Sjette ledetråd

Som det ses i figur 32, fremgår det, at vidnet befinder sig i Festsalen, er kejser og bærer en brynje.

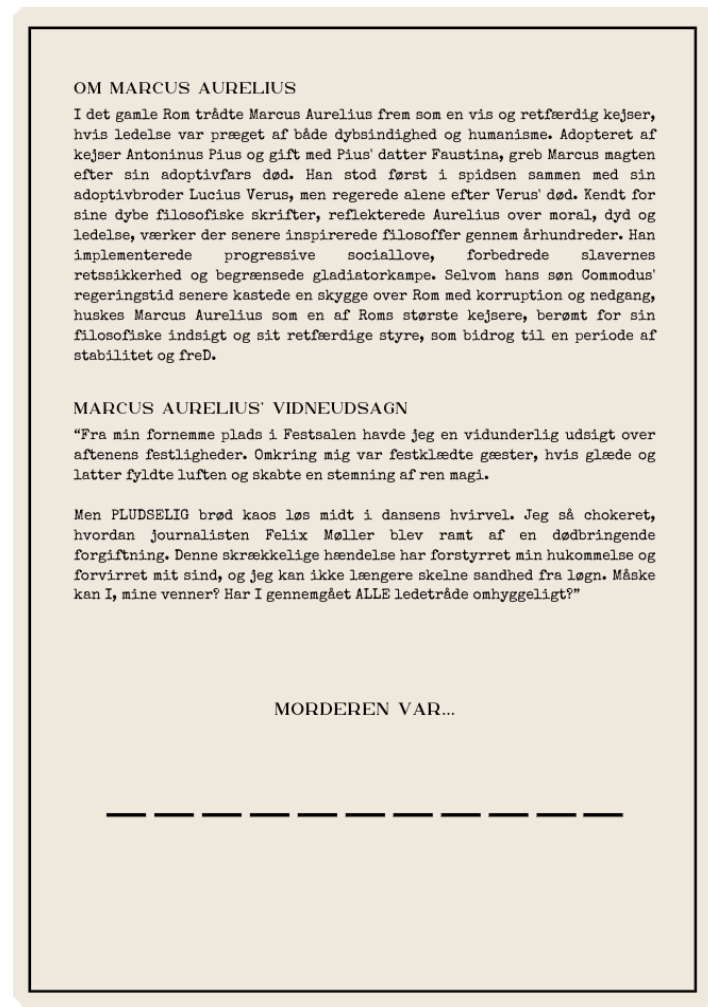
Konvolut 6

Ledetråden fra den forrige konvolut henviser til den sidste skulptur, som er Marcus Aurelius, der befinder sig i Glyptotekets Festsal. Deltagerne kan dermed åbne den sidste konvolut, der indeholder to kort. På det ene kort (Figur 33) kan deltagerne finde en paratekst med fakta om skulpturen. Som det fremgår af figur 33 nedenfor, kan spillerne blandt andet finde viden om, at Marcus Aurelius var kejser af Rom, og at han stadig den dag i dag er kendt for sine filosofiske skrifter, hvilket igen henviser til designprincip 1.



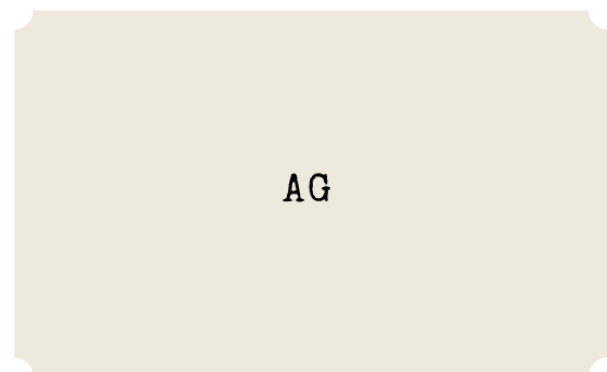
Figur 33: Beskrivelse af skulptur og vidneudsagn

På samme kort kan deltagerne læse det sidste vidneudsagn, der skal hjælpe dem til at finde ud af, hvem morderen er. Af vidneudsagnet fremgår det, at vidnet så, at journalisten blev forgiftet, men på grund af det chokerende syn, har vidnet mistet sin hukommelse. Derfor bliver deltagerne opfordret til at undersøge alle ledetrådene igen, for at se, om de har overset noget, og om det kan hjælpe dem til at finde frem til sandheden. Nederst på siden af det første kort (Figur 33) sidder en "flap", som spillerne skal åbne, hvilket henviser til designprincip 3. Med dette lille element inviterer vi til nysgerrighed og leg, samt at deltagerne får noget fysisk, de skal røre ved og interagere med før, de kan komme videre i spillet. Når de åbner denne flap, ser de en linje med 11 streger, som kan ses nedenfor i figur 34.



Figur 34: Beskrivelse af skulptur og vidneudsagn (uden flap)

Deltagerne bliver bedt om at kigge alle ledetrådene omhyggeligt igennem, da der bag på ledetrådene gemmer sig bogstaver, som der eksempelvis ses i figur 35. Når spillerne har fået alle ledetråde, har de til sammen 11 bogstaver. Herfra er det op til spillerne at placere bogstaverne i korrekt rækkefølge, således at det resulterer i ordet



Figur 35: Bagside af ledetråd

OPERASANGER. Dette ord afslører morderen af spillet: Operasangeren Carmen Bellini. Når de er sikre i deres valg, skal de skrive navnet på det sidste kort, som ses nedenfor i figur 36.



Skriv her, hvem morderen er, så mysteriet kan løses.

Figur 36: Afsløring af morder

Efter de har nedfældet navnet på morderen er det tiltænkt, at de skal aflevere deres endelige besvarelse og sagsmappe i Informationen. Således gennemfører deltagerne spillet og mysteriet om midsommermordet på Glyptoteket er løst. På denne måde skal spillet henvise til designprincip 1, 2 og 3, som tilsammen har til hensigt at fremme designprincip 4, da deltagerne gerne skal motiveres af de sociale interaktioner, de får ved at gennemføre spillet og dermed gøre dem til opdagelsesrejsende gennem spillet. Dette henviser ydermere også til designprincip 1, da spillet hører under oplevelsestraditionen og har til formål at involvere dem i deres besøg på museet.

Interventionsfasen



I denne fase afprøves designet i praksis gennem iterationer og evalueres løbende. Dermed forekommer en gennemgang af iterationer, analyser og re-designs.

5. Interventionsfase

I denne fase afprøves prototypen i praksis gennem iterationer og evalueres løbende. Pragmatismen foreskriver nemlig, at man kun kan tilegne sig viden og erfaring ved at interagere med det undersøgte felt og ved at afprøve designet for at sikre, at det kan forbedre målgruppens oplevelse. Derfor afprøves designet af prototypen, som blev udviklet i den forrige fase. Der er foretaget tre forskellige iterationer, hvoraf første iteration er en *brugertest* med to mandlige testpersoner, som er rekrutteret fra spørgeskemaundersøgelsen. Den anden iteration er en præsentation af designet for kommunikationsafdelingen fra Glyptoteket, og den tredje iteration er en brugertest med to andre mandlige testpersoner, som også er rekrutteret fra spørgeskemaundersøgelsen. Følgende afsnit indeholder dermed de forskellige iterationer, analyser og re-design. Forinden beskrivelsen af iterationerne, vil vi kort redegøre for, hvad en brugertest er.

5.1 Brugertest

I forrige fase blev innovationspotentialet designet i form af det interaktive mysteriespil, og det blev forklaret, hvorledes det skulle benyttes. I dette afsnit vil der fremgå en dybdegående beskrivelse af, hvordan vi har afprøvet prototypen via en *brugertest*. Derfor inddrages der først teori af Morten Hertzum (2002) for at forklare, hvordan vi forstår en brugertest og selv har foretaget en.

Ifølge Hertzum (2020, s. 2) består en brugertest af, at en bruger afprøver et produkt eller et design – i dette tilfælde en prototype – hvor brugeren samtidig skal tænke højt og fortælle om sine tanker og oplevelser. Samtidig er det forskerens opgave at observere og lytte til brugerens tanker. Hertzum (2020, s. 3) beskriver hertil, at en brugertest bør bestå af følgende fire komponenter: *instruktioner og opgaver, verbalisering, læsning af brugeren og forholdet mellem bruger og forsker*. Første punkt handler om, at brugeren afprøver produktet på baggrund af en række instruktioner og opgaver, der er forberedt forinden testen. Instruktionerne skal indebære en forklaring på, hvordan brugeren tænker højt, og opgaverne skal angive, hvad brugeren skal opnå med produktet. Andet punkt handler om, at brugeren skal verbalisere sine tanker. Dette skal give indikationer om, hvordan brugeren oplever og forstår produktet. Hvis brugeren er tavs i en længere periode, skal de bedes om at genoptage

verbaliseringen. Tredje punkt omhandler, at forskeren skal observere brugerens interaktion med produktet og på baggrund heraf analysere, hvor godt produktet støtter brugeren i at udføre opgaverne. Det sidste punkt drejer sig om, at forskeren skal facilitere en situation, hvor brugeren er i stand til at anvende produktet, og hvor brugeren føler sig bekvem ved at komme med både positiv og negativ feedback (Hertzum, 2020, s. 3-4). Hertzum (2020, s. 21) beskriver ydermere, at formålet med brugertesten er at identificere eventuelle udfordringer eller fejl ved designet, således at disse kan blive udbedret. Ifølge Hertzum (2020, s. 34) afhænger antallet af brugere, der skal inddrages i disse tests, af tre faktorer: målgruppens diversitet, om produktet sandsynligvis har åbenlyse problemer, og om man ønsker at finde mindre eller større udfordringer. Udførelsen af selve brugertesten kræver ifølge Hertzum (2020, s. 41) nødvendigvis ikke meget udstyr. Registrering af brugernes udsagn kan derfor foregå ved nedskrivning i en notesbog. Registreringen kan også foregå ved at lydoptage brugertesten og efterfølgende transskribere denne. Dermed er det ikke blot forskerens rolle at moderere og observere brugertesten, men også at notere interessante erfaringer (Hertzum, 2020, s. 56).

I analysen af fundene fra brugertesten er det primære fokus at identificere designets udfordringer, men det kan også være at finde frem til de funktioner, der fungerer særligt godt. Analysen af brugertesten består i at overveje, hvad der udgør et problem for brugervenligheden. Herudover er det vigtigt at vurdere problemets størrelse for at kunne prioritere vigtigheden af designressourcer ved at angive, hvilke problemer, der er mest vigtige at løse. Slutteligt at udvikle forslag til re-design med formål om at forbedre de identificerede udfordringer eller problemer (Hertzum, 2020, s. 63).

Hertzum (2020, s. 79) beskriver herudover at brugertesten kan foregå i forskellige rammer og miljøer. I nærværende speciale er der foretaget et valg om at udføre det, som Hertzum (2020, s. 79) betegner *felt brugertest*. I felt brugertests udføres testen blandt andre mennesker, der udfører deres normale aktiviteter. Mens testbrugerne udfører deres opgaver, befinder de sig en live kontekst. Dog kan udfordringerne ved denne type brugertest være, at testsituationen bliver mindre kontrollerbar, og at udstyr skal medbringes og opsættes ude i felten.

5.2 Første iteration: brugertest

Fredag d. 26. april blev den første brugertest foretaget på Glyptoteket. Brugertesten blev foretaget med to mænd i slut tyverne. Denne felt brugertest blev indledt i Glyptotekets kælder, hvor deltagerne først fik en introduktion til det, de skulle igennem. Efterfølgende blev de præsenteret for materialet, som bestod af en sagsmappe og seks forskellige konvolutter. De fik besked på at læse sagsmappen igennem i Glyptotekets kælder, hvorefter de kunne begive sig ud på museet og selvstændigt følge ledetrådene. Ved hver fundet skulptur kunne deltagerne åbne en ny konvolut med deres næste ledetråd. Undervejs i brugertesten noterede vi vores iagttagelser (Bilag 10), og slutteligt havde vi en kort samtale med deltagerne om deres oplevelse med spillet. Denne efterfølgende samtale er transskriberet og kan findes i bilag 11. Deltagerne betegnes henholdsvis T1 og T2 i transskriptionen, som står for testperson. Vi har efterfølgende kodet deltagerens udsagn med udgangspunkt i en tematisk analysetilgang. Vi har opdelt deltagerens udsagn i temaer, som vi har inddelt i et skema, der ses nedenfor i figur 37, og den fulde kodning findes i bilag 12. Der kan hertil forekomme fortolkninger af deltagerens udsagn, grundet et hermeneutisk perspektiv på det, der bliver sagt. Følgende afsnit vil derfor præsentere temaerne: *historien*, *tekst*, *ledetråde* og *konkurrence*. Disse temaer vil fungere som første iteration af designet.

Historien	Tekst	Ledetråde	Konkurrence
T1: Men menneskerne i spillet, er de sande personer, der har eksisteret? Det synes jeg nemlig kunne være lidt fedt, hvis det var historiske personer, der havde haft indflydelse på Glyptoteket. (l. 12-14) T1: Ja, men også de mistænkte på en eller anden måde, fordi man læser alligevel en del information, så man kan lige så godt gøre det lærerigt, i stedet for bare at finde på noget om en, der er fiktiv. Det kunne eksempelvis være den første museumsforstander, eller Carl Jacobsen selv, eller arkitekten bag bygningen, whatever. (l. 18-21) T2: Jeg tror også, at man omvendt skal passe på, at man ikke kommer til at give forkert informationer om Jacobsen. At han måske er slået nogen ihjel. (l. 23-24) T1: Ja, man skal selvfølgelig ikke beskyldte nogen for noget selvom de er døde, men man kunne jo i starten sige, at det er ægte personer, statuerne, og det vi skriver om er rigtige, men mysteriet er fiktivt. Så tænker jeg, at man er helgraderet. (l. 33-36)	T1: Jeg kan også godt lide noget mere fakta. Fakta i teksten, og mere tal og sådan noget. (l. 35-36) T1: Så den fortællerske I har nu og nogle hard facts ud i siden, som bare lige beskriver: født, død, kejser periode. Det synes jeg er fedt. Det er sådan noget, jeg godt kan lide at have med. (l. 50-52) T1: Nej. Men fedt, hvis I tilføjede en faktaboks. Men muligvis de første papirer i sagsmappen kunne nummereres. For vi var lidt i tvivl om, hvad vi skulle starte med. (l. 207-208) T2: Men man kunne godt lave sådan en lille hurtig fakta-boks i stedet for at skulle læse. Sådan at han var fra den her tid, eller et eller andet hurtigt, om det, man står og kigger på. (l. 47-48)	T1: Herudover kunne jeg kan godt lide, at I skrev de der clues, så det var lidt tvetydigt og kunne være dem begge, eller sådan noget. Men de endte jo med at være lige gyldige, fordi der stod operasanger på bagsiden. (l. 54-56) T2: Jeg synes, det var meget fedt, at der var nogle af hintene, hvor man kan tolke det som, at det er hans brille, men det kan også tolkes som om, at det måske var en af de andre. Så det kunne også være flasker. Så det var meget sjovt. (l. 61-63) T1: Altså, ikke udover at jeg var forvirret med de der clues til sidst. Altså, hvordan de skulle hænge sammen. Resten af det, synes jeg, fungerer rigtig godt konceptuelt. (68-69) T2: Jeg tror, først det var da vi så stregerne, at det begyndte at give mening. (l. 79) T1: Ja, ud med flappen. (l. 83) T2: Det kunne være lidt sjovt, at få inkorporeret spillet med i ledetråden.	T1: Jeg synes, det var fedt, hvis der var en...altså den der lille blanket, som var i spillet, som man kunne aflevere. Man kan lige så godt lave en lille kasse, hvor den, der får det rigtige svar, og sætter den ned, de deltager i en konkurrence. Og periodisk konkurrence, med en præmie. Men man skal også lige skrive sin e-mail op og acceptere, at man får noget promo derfra. (112-115) T1: Altså det giver incitament til at deltage, at engagere sig og få det rigtige svar. Ja, altså, alle på holdet kan jo bare få deres egen, og skrive svaret på, og så lægge den ned. (l. 129-130) T2: Man kan også sige, hvad vil du helst vinde og så finde noget, der har samme værdi. Jeg ved ikke, hvad et årskort koster, men et årskort eller tre øl. (l. 132-133) T1: Jeg tænker, at mænd godt vil lege og konkurrere. Jeg elsker at konkurrere. Det var jo ærgerligt at jeg ikke kunne slå T2 fordi vi er på samme hold. (l. 143-144)

Figur 37: Tematisk kodning af 1. iteration

5.2.1 Analyse og evaluering

Det første tema, der blev identificeret i den tematiske analyse af den første brugertest, er *historien*. Dette tema omhandler de to deltageres udtalelser, der vedrører designets historiefortælling og udformning. Helt overordnet var begge deltagere begejstrede for designet og dets historie, og de fortæller begge, at de forstod den, og at den gav mening for dem (Bilag 11, l. 65-87). Dog har den ene af de to testpersoner, T1, et forslag til, hvordan historien kunne gøres endnu mere spændende i hans optik. Han siger: "Men menneskerne i spillet, er de sande personer, der har eksisteret? Det synes jeg nemlig kunne være lidt fedt, hvis det var historiske personer, der havde haft indflydelse på Glyptoteket." (Bilag 11, l. 12-14). Han tilføjer:

(...) man læser alligevel en del information, så man kan lige så godt gøre det lærerigt, i stedet for bare at finde på noget om en, der er fiktiv. Det kunne eksempelvis være den første museumsforstander, eller Carl Jacobsen selv, eller arkitekten bag bygningen. (Bilag 11, l. 18-21)

Den anden testperson, T2, har dog nogle bekymringer ved at anvende faktuelle personer. T2 beskriver: "Jeg tror også, at man omvendt skal passe på, at man ikke kommer til at give forkerte informationer om Jacobsen. At han måske har slået nogen ihjel." (Bilag 11, l. 23-24). T1 tilføjer hertil, at det selvfølgelig skulle ekspliciteres, hvad der er fiktion, og hvad der er fakta:

Ja, man skal selvfølgelig ikke beskyldes nogen for noget selvom de er døde, men man kunne jo i starten sige, at det er ægte personer, statuerne, og det vi skriver om er rigtige, men mysteriet er fiktivt. Så tænker jeg, at man er helgraderet." (Bilag 11, l. 33-36)

Det lader således til, at de to testpersoner begge synes om selve historiefortællingen i designet, men at det kunne ønskes, at de fiktive personer i stedet blev ændret til faktuelle mennesker, der har levet for at gøre fortællingen mere interessant og spændende. Dog er det vigtigt at spildeltagerne ikke er i tvivl om, hvad der er fiktion og fakta.

Et andet tema, der er identificeret af brugertesten, er *tekst*. De to testdeltagere kommer nemlig også ind på den tilhørende tekst, der er til skulpturerne. T1 beskriver: Jeg kan også godt lide noget mere fakta. Fakta i teksten, og mere tal og sådan noget.” (Bilag 11, l. 35-36). T2 tilføjer hertil: “(...) man kunne godt lave sådan en lille hurtig faktaboks i stedet for at skulle læse. Sådan at han var fra den her tid, eller et eller andet hurtigt, om det, man står og kigger på.” (Bilag 11, l. 47-48). T1 beskriver hertil, at han godt kan lide teksten, som den er, hvor den er mere fortællende, men at det kunne være fordelagtigt med en faktaboks ved siden af: “Så den fortællerske I har nu og nogle hard facts ud i siden, som bare lige beskriver: født, død, kejser periode. Det synes jeg er fedt. Det er sådan noget, jeg godt kan lide at have med.” (Bilag 11, l. 50-52). Disse udsagn vidner om, at de narrative beretninger forekommer som spændende fortællinger, men at de også foretrækker flere facts, som muligvis er mere overskueligt for dem at læse. Dette tolker vi som et udtryk for, at deltagerne ønsker muligheden for selv at vælge, hvor meget information de ønsker at konsumere i løbet af spillet. Denne feedback angående teksten i historien er noget, vi vil tage højde for i evalueringen og re-designet af spillet.

Det tredje tema, der er identificeret, omhandler de ledetråde, testpersonerne får i spillet. Begge deltagere beskriver, at de synes, det var fedt, at ledetrådene var til fortolkning, og at de derfor ikke var helt sikre på, hvem af de mistænkte, teksten pegede på. T2 fortæller:

Jeg synes, det var meget fedt, at der var nogle af hintsene, hvor man kan tolke det som, at det er hans brille, men det kan også tolkes som om, at det måske var en af de andre. Så det kunne også være flasker. Så det var meget sjovt. (Bilag 11, l. 61-63)

T1 har samme oplevelse og beskriver: “Herudover kunne jeg kan godt lide, at I skrev de der clues, så det var lidt tvetydigt og kunne være dem begge, eller sådan noget.” (Bilag 11, l. 54-55). Deltagerne fortæller dog, at de blev forvirrede af, at der både var tekstuelle hints og

bogstav hints på bagsiden af ledetrådene. T1 fortæller: "(...) jeg var forvirret med de der clues til sidst. Altså, hvordan de skulle hænge sammen. Resten af det, synes jeg, fungerer rigtig godt konceptuelt." (Bilag 11, l. 68-69). T2 tilføjer hertil: "Jeg tror, først det var da vi så stregerne, at det begyndte at give mening." (Bilag 11, l. 79). Herefter taler de to deltagere om, at ledetrådene med bogstaverne ville give mere mening, hvis der ikke var en flap hen over den streg, hvorpå de skal skrive det ord, der kan dannes på baggrund af bogstaverne (Bilag 11, l. 81-83). Ved brugertesten observerede vi ligeledes at deltagerne ikke åbnede flappen, fordi de var bange for, at de ville få afsløret hvem moderen er. Først da deltagerne fik et hint om, at de skulle åbne flappen, forstod de, hvad bogstaverne skulle bruges til (Bilag 10). Vi observerede ydermere, at deltagerne havde svært ved at finde frem til statuerne, blot på baggrund af deres ledetråde, og derfor skulle de have hjælp til at finde frem til flere af dem (Bilag 10). T2 foreslår en løsning til, hvordan man nemmere kan finde frem til statuerne. Han fortæller følgende:

Men jeg tror, det er meget vigtigt at have sådan et lille hint med i hvert fald af den skulptur, man skal finde udover teksten. Det kan jo bare være et lille billede af en detalje fra skulpturen eller sådan noget. Eller hvor man lagde billedet bag en forside, og så kunne man trække billedet rundt og kun se enkelte dele af det for at gætte, hvilken det er. (Bilag 11, l. 195-199)

T1 foreslår også følgende:

Altså, jeg synes godt, man kan lave det sådan, at der står et eller andet ved siden af statuen. Jeg synes heller ikke, det gør noget, at man kan se, hov, derovre er der en af mapperne. Det må være Marcus Aurelius, vi leder efter. Det synes jeg ikke gør noget. Pointen er, at vi skal nok herovre, og så går du igennem det, og du leder efter det rigtige, og så kommer man hen til det. (Bilag 11, l. 172-176)

Herudover beskriver T2, at det ligeledes kunne være spændende at få inkorporeret mere af spillet i udstillingen: "Det kunne være lidt sjovt, at få inkorporeret spillet med i udstillingen måske. Så man havde et eller andet fra spillet, der ligger ved siden af en statue (...)." (Bilag 11, l. 163-164). T1 beskriver hertil, at det dog kan være en udfordring, at andre museumsbesøgende tager genstandene, der er placeret i udstillingen: "Jeg tænker det er svært at placere en konvolut med skulpturen, for så er der bare nogle andre, der tager den." (Bilag 11, l. 187-188). På baggrund af disse udsagn lader det til, at deltagerne synes om de ledetråde, der er i designet, men at flere fysiske elementer kunne være sjovt for dem at inkorporere. Herudover beskriver deltagerne også, at det skal gøres mere klart, om man har fundet frem til den rigtige statue.

Det sidste tema, der er identificeret, er *konkurrence*. Dette tema omhandler, at deltagerne ville finde designet særligt spændende, hvis der var mulighed for at vinde noget. T2 fortæller:

Jeg synes, det var fedt, hvis der var en... altså den der lille blanket, som var i spillet, som man kunne aflevere. Man kan lige så godt lave en lille kasse, hvor den, der får det rigtige svar, og sætter den ned, de deltager i en konkurrence. Og periodisk konkurrence, med en præmie. Men man skal også lige skrive sin e-mail op og acceptere, at man får noget promo derfra. (Bilag 11, l. 112-115)

Dette vidner om, at et konkurrenceelement vil appellere til T2's ydre motivation, da han ville gennemføre spillet for at opnå en belønning. På baggrund af dette udsagn, tolker vi ekstern regulering, da konkurrenceelementet kan lede til ydre belønning. T2 tilføjer hertil: "Man kan også sige, hvad vil du helst vinde og så finde noget, der har samme værdi. Jeg ved ikke, hvad et årskort koster, men et årskort eller tre øl." (Bilag 11, l. 132-133). Da T1 bliver spurgt ind til, hvad dette konkurrenceelement ville gøre for ham, tilføjer han: "Altså det giver incitament til at deltage, at engagere sig og få det rigtige svar. Ja, altså, alle på holdet kan jo bare få deres egen (red. seddel), og skrive svaret på, og så lægge den ned." (Bilag 11, l. 129-130). Dette vidner om, at et konkurrenceelement ligeledes ville appellere til T1's ydre motivation. T2 beskriver herudover: "Jeg tænker, at mænd godt vil lege og konkurrere. Jeg elsker at

konkurrere. Det var jo ærgerligt at jeg ikke kunne slå T1 fordi, vi er på samme hold.” (Bilag 11, l. 143-144). Det sidste tema vidner altså om, at designet af spillet ville være endnu mere interessant for dem og i højere grad ville motivere dem, hvis de havde mulighed for at vinde en præmie.

På baggrund af brugertesten fandt vi for det første, at testpersonerne i højere grad ville finde det mere spændende, hvis historiens karakterer var baseret på virkelige personer. Derudover fandt vi, at testpersonerne ønskede, at der blev tilføjet en faktaboks med tal og fakta om de udvalgte skulpturer. Det, at ledetrådene var tvetydige og op til fortolkning fandt deltagerne positivt. Dog havde de svært ved at tyde den sidste ledetråd, som skabte mere forvirring end gavn. Ydermere var det for svært for testpersonerne at finde frem til skulpturerne udelukkende på baggrund af de ledetråde, de fandt i konvolutterne og ønskede også flere fysiske elementer i spillet. Slutteligt fandt vi, at de ønskede et konkurrenceelement, således at de i højere grad fandt et formål med spillet. På baggrund af disse fund har vi valgt at vurdere problemets størrelse for at prioritere hvilke problemer, der er vigtigst at løse, og hvordan vores designressourcer kan udnyttes bedst muligt. Derfor har vi valgt at foretage ændringer vedrørende parateksterne, og dermed tilføje faktabokse. Ydermere vil vi tilføje flere ledetråde, der vil hjælpe deltagerne med at finde skulpturerne og dermed øge brugervenligheden. Slutteligt tilføjer vi et konkurrenceelement, der har til formål at skabe den spænding, som deltagerne gav udtryk for, at de eftersøgte. Vi har valgt ikke at ændre ved selve fortællingen i historien, og vi tilføjer heller ikke fysiske spilgenstande på museet, da dette falder uden for vores designressourcer og specialets ramme.

Følgende afsnit vil beskrive de designændringer, vi har foretaget på baggrund af fund fra den første iteration.

5.2.2 Re-design

På baggrund af den første iteration har vi valgt at foretage nogle ændringer i designet. Disse ændringer indebærer som nævnt at tilføje faktabokse, tilføje flere ledetråde til de skulpturer deltagerne skal finde, at gøre den sidste ledetråd mere brugervenlig samt tilføje et konkurrenceelement.

Et eksempel på, hvordan vi har valgt at tilføje faktabokse, kan ses nedenfor i figur 38. Her har vi valgt at tilføje en faktaboks med viden om, hvornår Kejser Augustus blev født, døde

samt hans kejsertid. Dermed har vi gjort teksten mindre tal-båret og i stedet tilføjet disse fakta til faktaboksen.

OM KEJSER AUGUSTUS

Gaius Octavius blev født og senere adopteret af lederen af Rom, Julius Cæsar. Efter Cæsars død kom Octavius til magten i Rom. Han modtog titlen "Augustus", som betyder "den ophøjede" - et navn der skulle ekko gennem århundrederne. Han var ikke født en stor general, og var slet ikke den bedste kriger - han har formentlig heller ikke set så stærk ud, som statuen af ham giver udtryk for. Men hans evner som organisator og visionær var ikke til at betvivle. Under hans styre gennemgik Rom en transformation, hvor brede boulevarder erstattede snævre gader, prægtige nye bygninger rejste sig og byens sikkerhed blev forbedret med brand- og vagtværn. Dette mindske risikoen for brande og skabte et mere sikkert og imponerende Rom.

KEJSER AUGUSTUS' VIDNEUDSAGN

"I løbet af aftenen lagde jeg mærke til en skikkelse, der virkede frustreret. Personen passerede forbi min stille vagtpost og et papir fløj ud, som landede foran mine stenfødder. Se i konvolutten for at opdage, hvad der blev tabt."

Læs din næste ledetråd, kun en muse kender festens tragedie bedre end jeg.

FAKTABOKS

Kejser Augustus

Født: 63 f.Kr.

Død: 14. e. Kr.

Kejserperiode:
31. f. Kr - 14. e. Kr

Figur 38: Re-design af paratekst (tilføjelse af faktaboks)

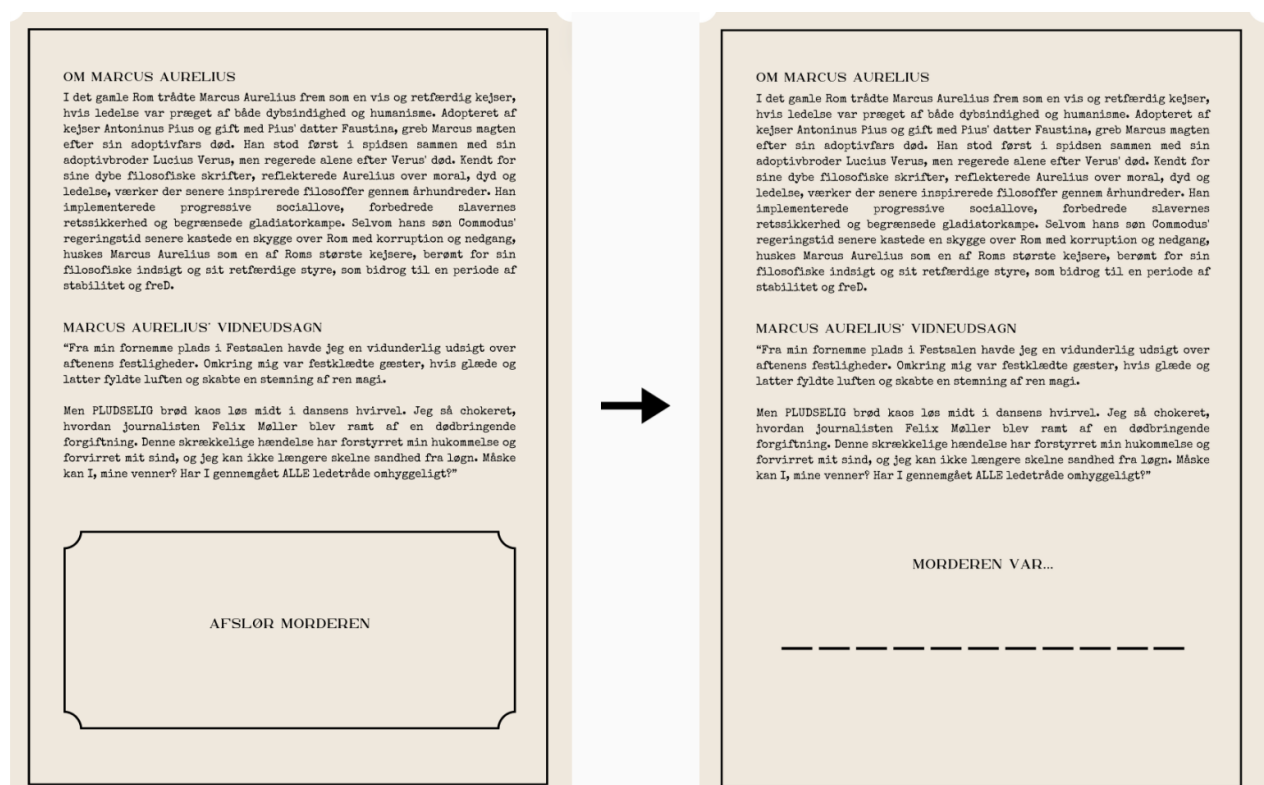
Herudover har vi valgt at tilføje små kort, hvorpå deltagerne kan se et billedeudsnit af den skulptur, de skal finde, hvilket ses i figur 39. Disse billeder vil ligge i samme konvolut som parateksterne og ledetrådene, og de har til formål at gøre det lettere for deltagerne at finde frem til næste skulpturer. Herudover har vi også valgt at skrive skulpturens navn, samt hvor på museet den befinder sig. På denne måde skal deltagerne stadig undersøge forskellige skulpturer på



Figur 39: Tilføjelse af billedeudsnit som ledetråde

deres vej, men kan samtidig også vide sig mere sikker på, at de har fundet frem til den rigtige skulptur, fordi de har et billedudsnit af den og ved, hvor på museet den befinder sig.

I den sidste konvolut finder deltagerne en ledetråd, der beskriver, at de skal kigge alle ledetrådene grundigt igennem for at opdage, at bogstaverne bag på ledetrådene danner et ord. Vi fandt i iterationen, at testpersonerne blev forvirrede over den flap, der sidder forneden med teksten "AFSLØR MORDEREN". Deltagerne troede, at dette ville få dem til at afsløre morderen på stedet og turde derfor ikke åbne den, hvilket ikke var hensigten. Under flappen forekommer der en stipleet linje, der skal illustrere, at de skal sammensætte et ord med de bogstaver, der hele tiden har været bag på de kort, de har gået rundt med. Derfor vælger vi at fjerne denne flap, med hensigten om at undgå denne forvirring. Dette ses illustreret i figur 40.

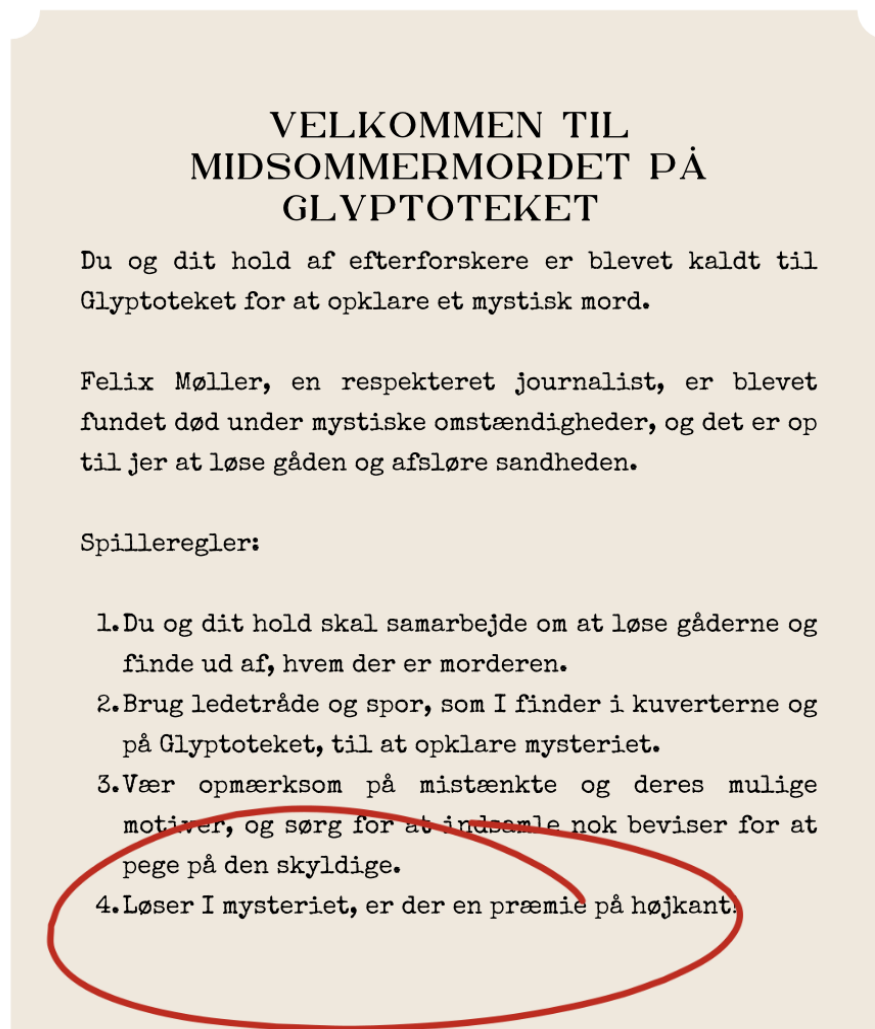


Figur 40: Re-design af sidste ledetråd

Den sidste ændring, vi vil foretage ved designet på baggrund af den første iteration, er som tidligere beskrevet at tilføje et konkurrenceelement. Dette har ledt til valget om at tilføje et femte designprincip, som lyder som følgende:

5. Designet skal indeholde et konkurrenceelement

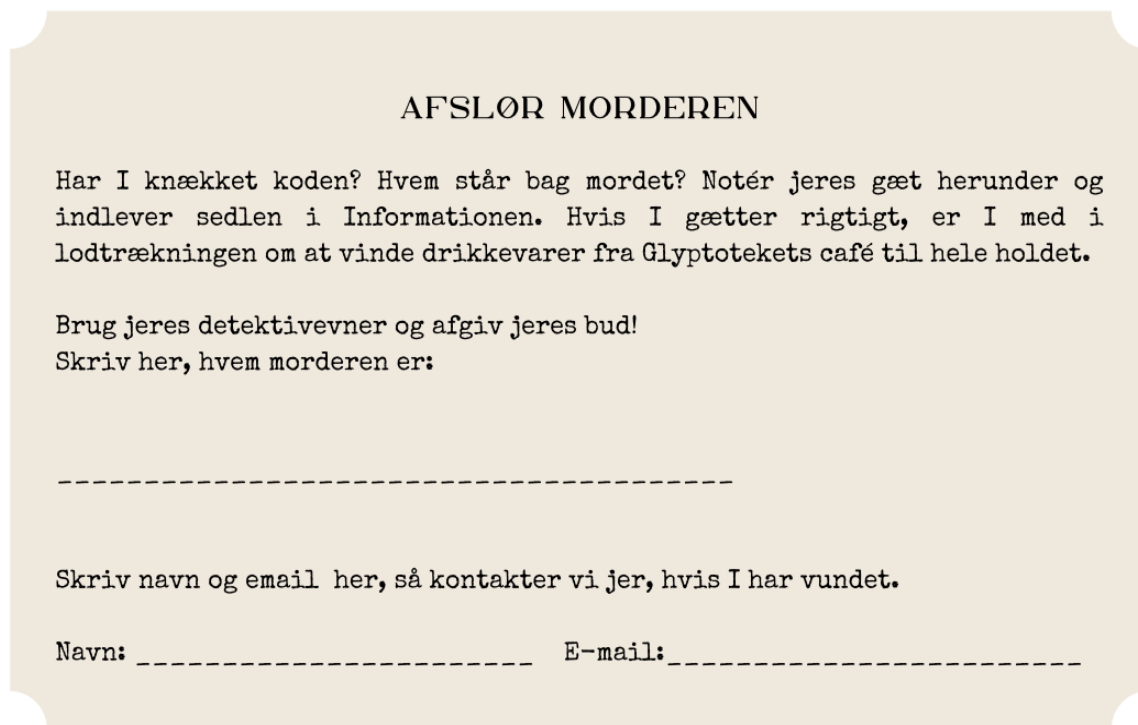
Formålet med dette designprincip er, at det skal fremme deltagernes lyst til at gennemføre spillet, da de til sidst vil blive belønnet med muligheden for at vinde en præmie. Derfor har vi valgt at tilføje et sidste punkt i spillets beskrivelse, som ses i figur 41.



Figur 41: Tilføjelse af konkurrenceelement

Som det ses i figur 41, vil der fremgå et fjerde punkt, hvorpå der står følgende: "Løser I mysteriet, er der en præmie på højkant". Således bliver spillerne informeret om, at spillet kan resultere i en præmie, hvis de løser mysteriet. Herudover vil spillerne i den sidste konvolut finde et kort, hvorpå de kan skrive, hvem de tror morderen er og dermed deltage i en konkurrence om en given præmie. Vi har besluttet, at deltagerne kan vinde drikkevarer i Glyptotekets Café, baseret på forslag fra testpersonerne. Derudover viste vores

dataindsamling, at muligheden for at drikke øl på museet kunne fungere som en attraktiv faktor for at tiltrække dem til museet. Dette kan ses fremført i figur 42.



AFSLØR MORDEREN

Har I knækket koden? Hvem står bag mordet? Notér jeres gæt herunder og indlever sedlen i Informationen. Hvis I gætter rigtigt, er I med i lodtrækningen om at vinde drikkevarer fra Glyptotekets café til hele holdet.

Brug jeres detektivevner og afgiv jeres bud!
Skriv her, hvem morderen er:

Skriv navn og email her, så kontakter vi jer, hvis I har vundet.

Navn: _____ E-mail: _____

Figur 42: Tilføjelse af konkurrenceelement

Som det ses i figur 42, skal spillerne herudover skrive navn og e-mail for at deltage og efterfølgende aflevere sedlen i Informationen. På denne måde er det påtænkt, at deltagerne er med i puljen med andre deltagere om at vinde drikkevarer til hele gruppen og vil blive kontaktet, når der er trukket lod. Ved at engagere brugerne i spillet med et konkurrenceelement, fordrer dette designprincip samtidig designprincip 4, som handler om at motivere deltagerne.

5.3 Anden iteration: præsentation

Den anden iteration er en præsentation (Bilag 13) af designet, som vi fremviste for Glyptotekets kommunikationsafdeling den 29. april. Her fremlagde vi, hvordan undersøgelsen havde ledt til et mysteriespil, vi forklarede spillets funktioner, samt hvordan vi ser at det kan blive inkorporeret på museet. Vi valgte at præsentere dem for dette og dermed ikke at afprøve spillet på afdelingen, da de fungerer som facilitatorer for spillet og ikke udgør målgruppen. Kommunikationsafdelingen består af en kommunikationschef, en grafiker, en PR-medarbejder, en markedsføringsmedarbejder, arrangementsmedarbejdere, en digital redaktør og nogle praktikanter. Vi har valgt at betegne personerne K1, K2, K3 og så videre (K for kommunikationsmedarbejdere) i transskriptionen (Bilag 14). De gav feedback på vores prototype af spillet, og deres udsagn er efterfølgende kodet med udgangspunkt i en tematisk analyse, som ligeledes er inddelt i et skema, der ses i figur 43, og den fulde kodning forefindes i bilag 15. Der kan forekomme fortolkninger af deltagernes udsagn, da der anvendes et hermeneutisk perspektiv, således at vi kan komme i dybden med det sagte.

Følgende afsnit vil derfor præsentere følgende temaer; *holdninger til designet, udfordringer, designfunktioner, og digitalisering*. Disse temaer vil fungere som anden iteration af designet.

Holdninger til designet	Udfordringer	Designfunktioner	Digitalisering
K1: Først og fremmest, super fedt. Vigtigt. Meget spændende. Lærerigt for os at høre, og super fed idé, og fedt eksikeret. Så meget meget interessant. (Bilag X, l. 11-12). Men jeg synes, det er rigtig spændende. Jeg tror, at der er mange, der jo synes, at hele det der skattejagt-mysterium, tilgangen til vores samling, kunne være rigtig fedt. Og netop som vi også siger, at det er noget, der ikke er fysisk ude i rummene, som er grimt, eller som fylder en hel masse. Men som er noget, man selv kommer med festen på en eller anden måde. Og den måde, tror jeg, passer rigtig godt til det her hus, faktisk. (Bilag x, l. 27-32) Det er jo også en fordel i, at det er koncept, der er afprøvet før på andre museer, fordi så kan folk hurtigt relatere sig til det. (Bilag x, l. 95-96) K8: Jeg er helt enig. Mega flot design og super sjovt fundet på! (Bilag x, l. 104) K3: Det er også meget fedt, at det ikke bare er en 'mandeaktivitet', men at spillet	K3: En udfordring for os i det er, at der er mange rokokker i skulpturerne og nogle sale, der lukker, og så er der pludselig et eller andet i Festsalen, og det er nogle gange på lang basis, og nogle gange på kort basis. Det er bare noget, vi selv har strandet lidt på. (Bilag x, l. 81-83). K3: Ja, der skal man nok overveje, hvem der skal sætte spillet i gang, lægge ting ud til skattejagten, og hvem der tager imod spillerne, når de er i mål. Hele planlægningen af det, skal man jo nok overveje. (Bilag x, l. 142-143).	K1: Det eneste jeg ville tænke på, det var bare, om det kunne lade sig gøre, i stedet for at opfinde de her, altså et fiktivt mord og nogle fiktive karakterer. Altså der er jo så sindssygt meget blod og drama allerede i mange af de myter og værker, som er herinde. Så der tænkte jeg bare umiddelbart, kunne man skrive en historie sammen omkring et af de mord, der ligger, altså et af malerierne måske handler om, at der er gået et mord eller noget med Zeus. Fordi der er jo enormt meget blod og drama, og alt muligt i forvejen, som er super spændende. Så det var bare sådan, kunne man flette det ind på en eller anden måde? (Bilag x, l. 12-18) K2: (...) når man er et museum, så skal vi jo formidle ting, som vi ved. Så den der med at blande ting ind i det, som ikke er rigtigt, skal i hvert fald være deklareret ekstremt tydeligt. Fordi det er jo sådan, så er det ret meget imod, hvad det er, hele museets raison d'être er. (Bilag x, l. 32-35) K1: En lille ekstra idé fra mig; det var bare i forhold til den her feedback, I fik fra jeres målgruppe, med det her med	K6: Jeg er helt enig i, at det er meget fedt at få ting på papir og sådan noget, men man kunne jo også godt have præcis sammen setup som i den app, der nu eksisterer. Hvor man jo også kunne integrere video-lyden, noget bedre og sådan noget, ikke? Det ville også være billigere at producere, og bæredygtigt i en eller anden forstand i hvert fald. (Bilag x, l. 70-73). K2: Men begge dele er jo spændende for os, for vi har jo også en formidlingsafdeling, der har en helt klart ønske om, at vi ikke er så digitale båret. (Bilag x, l. 75-76) K5: Og igen, man kan lave en billig digital udgave af det. Med mere video, mere billede, mere tekst. Vil du have en faktaboks, vil du ikke have en faktaboks? Der er mange ting. Lær mere om skulpturen. (Bilag x, l. 161-162) K2: Der er en masse potentiale med det digitale, men jeg tror også, at her i huset, så vil vi slippe lidt bedre afsted med det fysiske i papirform. (Bilag x, l. 164-165)

Figur 43: Tematisk kodning af 2. iteration

5.3.1 Analyse og evaluering

I dette afsnit udfoldes den feedback vi modtog fra kommunikationsafdelingen, da vi præsenterede dem for designet af spillet.

Det første tema, som er identificeret, er *holdninger til designet*. Overordnet set var medarbejderne i kommunikationsafdelingen begejstrede for designet og så potentiale i at lade det udfolde sig på Glyptoteket. K1 udtrykker eksempelvis: "Først og fremmest, super fedt. Vigtigt. Meget spændende. Lærerigt for os at høre, og super fed idé, og fedt eksekveret." (Bilag 14, l. 11-12), hvilket de andre medarbejdere løbende erklærede sig enige i. K2 uddyber, hvorfor hun ser det fungere godt på Glyptoteket:

Jeg synes, det er rigtig spændende. Jeg tror, at der er mange, der jo synes, at hele det der skattejagt-mysterium, tilgangen til vores samling, kunne være rigtig fedt. Og netop som vi også siger, at det er noget, der ikke er fysisk ude i rummene, som er grimt, eller som fylder en hel masse. Men som er noget, man selv kommer med festen på en eller anden måde. Og den måde, tror jeg, passer rigtig godt til det her hus, faktisk. (Bilag 14, l. 27-32)

Dette vidner om, at designet både passer godt ind i Glyptotekets ånd, og at hun tror på, at det kan være populært for besøgende i deres tur gennem udstillingerne. Derudover er det vigtigt for kommunikationsmedarbejderne, at spillet ikke har indflydelse på selve udstillingerne, men at det blot fungerer som en tilføjelse for nogens besøg. På denne måde tolker vi, at hun ønsker at oplevelserne kan adskilles, således at man både kan besøge museet med og uden spillet uden at de to oplevelsesformer influerer hinanden. Det er nemlig meget vigtigt for dem, at Glyptotekets ånd er gennemgående, hvorfor de argumenterer for, at hvis spillet senere skal udvikles, skal det gøres "in-house". De har nemlig før haft eksterne til at designe et mysteriespil til museet omkring år 2014 og beskriver, at det netop gik galt, da skaberne heraf fulgte deres egne formater, som ikke passede til Glyptotekets (Bilag 14, l. 178-183). Medarbejderne i kommunikationsafdelingen ser det som en fordel, at designet er et koncept, der er afprøvet før i andre sammenhænge eller generelt er relaterbart, således at

besøgende har lettere ved at indstille sig på konceptet bag spillet (Bilag 14, l. 95-96). Derudover nævner K3, at hun ser potentiale i, at spillet ikke blot henvender sig til mænd:

Det er også meget fedt, at det ikke bare er en 'mandeaktivitet', men at spillet blot tager afsæt i jeres findings. Jo flere spillet henvender sig til, jo flere kan det også være, der spørger nogle venner, eller nogle mandevenner, om de vil med. (Bilag 14, l. 124-126)

Dermed forholder medarbejderne sig ikke afvisende over for designet, men ser netop udviklingspotentiale i idéen. Det vidner om, at det for dem er vigtigt, at spillet ikke diskriminerer visse målgrupper, men derimod tager udgangspunkt i vores fund og har potentiale til at henvende sig til flere end blot mænd. Det, som de dog kunne se som *udfordringer* ved hele konceptet, er de mere praktiske ting. Dette udgør andet tema af den tematiske analyse. K3 beskriver følgende:

En udfordring for os i det er, at der er mange rokader i skulpturerne og nogle sale, der lukker, og så er der pludselig et eller andet i Festsalen, og det er nogle gange på lang basis, og nogle gange på kort basis. Det er bare noget, vi selv har strandet lidt på. (Bilag 14, l. 81-83)

Dette vidner om, at det er vigtigt for dem, at spillet nemt kan tilpasses, hvis der skulle ske ændringer i salene og udstillingerne på Glyptoteket. Derudover kunne en bekymring være planlægningen af det hele, som K3 beskriver her: "Ja, der skal man nok overveje, hvem der skal sætte spillet i gang, lægge ting ud til skattejagten, og hvem der tager imod spillerne, når de er i mål. Hele planlægningen af det, skal man jo nok overveje." (Bilag 14, l. 142-143). Dette vidner om, at der foreligger en del praktiske omstændigheder, der skal tages højde for ved implementering af spillet på Glyptoteket. Dog forekommer disse omstændigheder uden for specialets ramme, hvorfor vi ikke yderligere vil tage disse i betragtning.

Det tredje tema, der er identificeret, er *designfunktioner*. Her havde kommunikationsmedarbejderne forskellige forslag til, hvordan spillet i deres optik kunne forbedres. Dette handler særligt om, hvordan man kan appellere til endnu flere sanser i spillet. K1 fortæller eksempelvis:

(...) når jeg kigger på her (red. spillet), er jo meget tekst båret, så det var bare sådan, kunne man udnytte det, at der er alle de her fantastiske mosaikmønstre, lave noget med en spejling af en mosaik, [...] Kunne man bruge noget, der var mere kreativt, så det ikke kun var tekst båret, men det også var sådan puslespil, spejling, labyrint, altså på den der måde, gøre det sådan lidt mere kreativt. (Bilag 14, l. 52-58)

Således har K1 idéer til, hvordan man kan inddrage flere elementer fra museet, for at gøre spillet mindre tekst-båret og mere sanse-båret. K4 kommer også med et forslag, der inkluderer lugtesansen: "Det kunne være meget fedt, hvis man puttede sådan noget duftvand på nogle af skulpturerne i antikken, og det var sådan noget rosenduft og noget, og det kunne gøre det meget specielt." (Bilag 14, l. 63-64). Dette kan være en overvejelse i forhold til designet, da spillet indeholder en ledetråd til de mistænkte om, at en mistænkt lugter af øl. En anden feedback angående ledetrådene udtrykker K5 i følgende citat:

Man kunne også lave ledetråde ved at skrive bogstaverne på forsiden af ledetrådene, som I giver. Sådan at de står i hjørnet af de der firkantede bokse, bare sådan helt små, bare som om, det var sådan en lille detalje. Så man ikke tænker så meget over det, men de er der. (Bilag 14, l. 110-112)

Dette er hans syn på, hvordan man kan lave vores bogstavsledetråde om, så spillerne ser dem mere fra start, men måske gør det sværere at gætte, hvorfor de er der, og hvad de skal bruges til. Derudover handler medarbejdernes feedback også i høj grad om selve fortællingen og handlingen i mysteriespillet. De ser fordele og ulemper ved, at spillet potentielt skal bygge på

en reel historie og inkorporere fiktive karakterer og mysterier. De bekymrer sig for, om dette kan skabe forvirring omkring, hvad spillerne tror er fakta eller fiktion. K1 fortæller således:

Det eneste jeg ville tænke på, det var bare, om det kunne lade sig gøre, i stedet for at opfinde de her, altså et fiktivt mord og nogle fiktive karakterer. [...] Fordi der er jo enormt meget blod og drama, og alt muligt i forvejen, som er super spændende. Så det var bare sådan, kunne man flette det ind på en eller anden måde? (Bilag 14, l. 12-18)

Hun ser muligheder i at inkorporere flere af skulpturernes egne myter og fortællinger, så spillet i højere grad handler om dem og deres historier. K2 er dog bekymret for at inkorporere virkelige myter og fortællinger. Hun forklarer:

(...) når man er et museum, så skal vi jo formidle ting, som vi ved. Så den der med at blande ting ind i det, som ikke er rigtigt, skal i hvert fald være deklareret ekstremt tydeligt. Fordi det er jo sådan, så er det ret meget imod, hvad det er, hele museets raison d'être er." (bilag 14, l. 32-35)

Dette vidner om, at det for dem er særligt vigtigt, at spillet foreskriver, at museet fortsat kan leve op til dets rolle som kulturinstitution og kunstmuseum, hvis formål er at skabe rammerne for æstetisk forståelse og at give et indblik i kunsthistorien. Derfor er det essentielt, at det i spillets historie ekspliciteres, hvad der er fakta, og hvad der er fiktion, således at spillerne ikke bliver fejlinformeret.

Slutteligt taler kommunikationsmedarbejderne om, hvorvidt spillet kan overføres til deres app eller *digitaliseres* på anden vis, hvilket udgør det fjerde og sidste tema i den tematiske analyse. Fra K5 lyder det:

Jeg er helt enig i, at det er meget fedt at få ting på papir og sådan noget, men man kunne jo også godt have præcis samme setup som i den app, der nu eksisterer. Hvor man jo også kunne integrere video-lyden, noget bedre og sådan noget, ikke? Det ville også være billigere at producere, og bæredygtigt i en eller anden forstand i hvert fald.

(Bilag 14, l. 70-73)

Her omtaler han Glyptotekets egen app, og hvordan han finder det smart at inkorporere spillet heri. K5 beskriver også: "Og igen, man kan lave en billig digital udgave af det. Med mere video, mere billede, mere tekst. Vil du have en faktaboks, vil du ikke have en faktaboks? Der er mange ting. Lær mere om skulpturen her". (Bilag 14, l. 161-162). Dette vidner om, at K5 ser potentiale i, at man kan stimulere endnu flere af spillernes sanser ved at tilføje flere elementer som eksempelvis video, lyd og billeder. Dog bliver der argumenteret for, at dette spil muligvis vil fungere bedre i papirform. K2 sagde eksempelvis: "Begge dele (red. om det er digitalt eller papirform) er jo spændende for os, for vi har jo også en formidlingsafdeling, der har et helt klart ønske om, at vi ikke er så digitale båret." (Bilag 14, l. 75-76). K2 beskriver det også senere hen: "Der er en masse potentiale med det digitale, men jeg tror også, at her i huset, så vil vi slippe lidt bedre afsted med det fysiske i papirform." (Bilag 14, l. 164-165). Dette vidner om, at papirudgaven af spillet umiddelbart appellerer mest til Glyptotekets ånd, og hvordan de ønsker at besøgende skal opleve museet.

På baggrund af denne brugertest fandt vi for det første, at kommunikationsmedarbejderne overordnet er begejstrede for designet, og at de ser potentiale i, at spillet ikke udelukkende henvender sig til mænd. Derudover ser de et udviklingspotentiale i at udvide ledetrådene til mere sanselige elementer. De finder dog udfordringer ved, at der ofte bliver rykket rundt på udstillingerne i salene på museet, og at der derfor skal tages højde for de praktiske omstændigheder ved inkorporering af spillet i udstillingerne. Ydermere finder de både fordele og ulemper ved at basere spillets fortælling på virkelige myter og historier om skulpturerne. Derfor fandt vi, at det er essentielt for dem, at det tydeliggøres, hvad der er fakta og fiktion. Slutteligt forekommer der delte meninger om, hvorvidt en digitaliseret version af spillet er fordelagtigt eller ej. På baggrund af disse fund har vi valgt at vurdere problemets størrelse, for at prioritere hvilke problemer, der er vigtigst

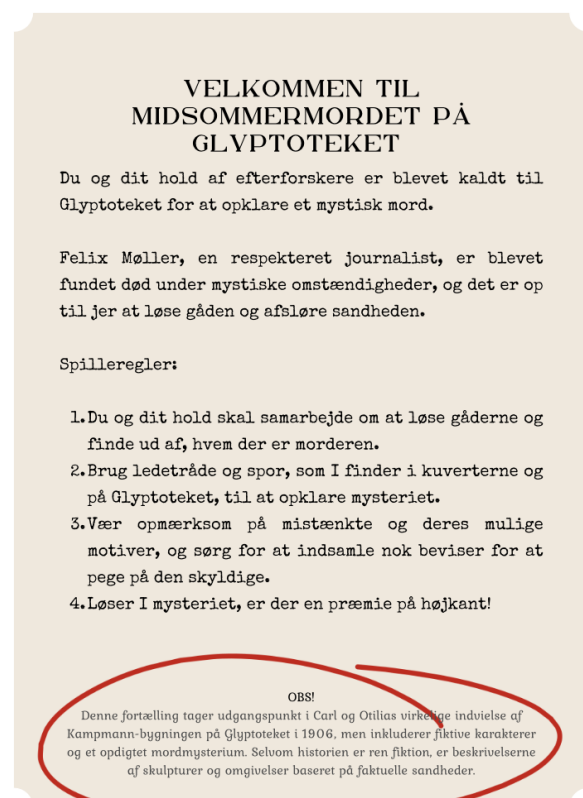
at løse, og hvordan vores designressourcer kan udnyttes bedst muligt. Derfor har vi valgt at foretage ændringer, der skal sikre spillerne om, hvad der er fakta, og hvad der er fiktion. Herudover ønsker vi at inddrage endnu et sanseligt element, der kan styrke den engagerende oplevelse på museet. Vi har igen ikke valgt at ændre spillets historie, da dette i højere grad vil være et formidlingsprojekt frem for vores anliggende. Derudover kommer vi heller ikke til at digitalisere spillet, da både vores dataindsamling og de fleste af kommunikationsmedarbejderne så flest fordele ved en papirudgave af spillet. Slutteligt, kommer vi ikke til at udforme en strategi for det praktiske og selve inkorporeringen af spillet, da dette falder uden for vores designressourcer og specialets ramme.

De nye tilføjelser og re-designs udfoldes i følgende afsnit.

5.3.2 Re-design

På baggrund af den anden iteration har vi valgt at foretage nogle ændringer i designet. Disse ændringer indebærer at eksplicit forklare, hvad der er fakta, og hvad der er fiktion samt at tilføje et sanseligt element.

Kommunikationsmedarbejderne var begejstrede for vores idé om at basere spillet på Glyptotekets bygninger og Carl Jacobsens historie og inkludere dette i fortællingen. Dog vil vi forsøge at sikre, at der ikke opstår nogen tvivl om, hvad der er fakta, og hvad der er fiktion i spillets historie. Vi har valgt at specificere dette yderligere på dokumentet med spillereglerne, som spillerne modtager som det første i sagsmappen. Dette ses til højre i figur 44. Denne forbedring er illustreret yderligere nedenfor i figur 45.



Figur 44: Re-design af fakta og fiktion

OBS!

Denne fortælling tager udgangspunkt i Carl og Otilias virkelige indvielse af Kampmann-bygningen på Glyptoteket i 1906, men inkluderer fiktive karakterer og et opdigtet mordmysterium. Selvom historien er ren fiktion, er beskrivelserne af skulpturer og omgivelser baseret på faktuelle sandheder.

Figur 45: Re-design af fakta og fiktion

For at sikre klarhed og undgå misforståelser skal spillerne informeres om, at historien bag mysteriet trækker på inspiration fra virkelige hændelser, men at selve spillet er fiktivt opstillet. Dette er essentielt for at undgå misforståelser, samtidig med at spillets formål stadig er at underholde og kan tilbyde en engagerende oplevelse. Denne information findes på det første papir, de bliver præsenteret for således, de kender til denne information inden spillet påbegyndes.

Ydermere er der foretaget et om at inddrage et element, der kan stimulere spillernes sanser. Kommunikationsmedarbejderne kom med forslag til, hvordan man kan inddrage elementer, der henvender sig til flere sanser – eksempelvis ved at inkorporere puslespil, labyrinter eller dufte i spillet. Vi har valgt at inkludere duften som en del af ledetrådene. Vi har tidligere beskrevet ved Vandmoderens vidneudsagn, at hun blev ramt af en tung duft af øl. I stedet for at beskrive det i teksten, som vi før har gjort, vælger vi at inkorporere det som en duft, de skal lugte til. Dette udføres ved, at spillerne i stedet skal dufte til en klud, der er dyppet i øl, og på den måde kommer deres lugtesans mere i spil. Dette skal give dem et hint om, hvem en mulig morder kunne være. Derfor har vi omskrevet teksten om Vandmoderens vidneudsagn, og den nye version ses i figur 46.

VANDMODERENS VIDNEUDSAGN

“I nattens mulm og mørke løb en skikkelse ud af Glyptotekets prægtige døre. I hast og jag blev jeg ramt af en tung lugt. Duft til denne klud og find ud af, hvilken lugt der ramte mig. Mere kan jeg ikke fortælle, men en vis konge, som du finder gennem Løvehallen, kan fortælle dig mere.”

Læs din næste ledetråd.

Figur 46: Tilføjelse af sanseelement

Således ønsker vi, at denne tilføjelse af dette sanselige element i højere grad vil inddrage brugerne og dermed give dem en anderledes museumsoplevelse, der byder med deres forestilling om, hvad det vil sige at gå på museum.

5.4 Tredje iteration: brugertest

Den tredje brugertest blev foretaget den 19. maj på Glyptoteket med to mænd i slut tyverne. Brugertesten blev igen indledt i Glyptotekets kælder, hvor deltagerne først fik en introduktion til det, de skulle igennem. Efterfølgende blev de præsenteret for materialet, som bestod af sagsmappen og de seks forskellige konvolutter. Herefter kunne deltagerne igangsætte spillet og selvstændigt bevæge sig igennem den permanente udstilling med spillet som fokus. Formålet med at gennemføre endnu en brugertest med målgruppen på Glyptoteket var at afprøve spillet igen for kontinuerligt at forbedre designet.

Undervejs i brugertesten noterede vi vores iagttagelser (Bilag 16), og testen blev afsluttet med en kort samtale om deres oplevelse med spillet og deres feedback hertil. Denne samtale er efterfølgende transskriberet og kan findes i bilag 17. Deltagerne betegnes henholdsvis T3 og T4 i transskriptionen, som står for testperson. Vi har igen kodet deres udsagn ved brug af en tematisk analyse, som vi har inddelt i et skema, der ses i figur 47, og den fulde kodning forefindes i bilag 18. Følgende afsnit vil derfor præsentere temaerne: *spilelementer, engagement og motivation* samt *et brud med den traditionelle museumsoplevelse*. Disse temaer vil fungere som den tredje iteration af designet. Der kan således forekomme fortolkninger af deltagernes udsagn, da der anlægges et hermeneutisk perspektiv på det sagte.

Spilelementer	Engagement og motivation	Et brud med den traditionelle museumsoplevelse
Jeg tror ikke man kan hænge sådan nogle messingplader op her. Så er det ligesom, at man ikke begynder at hænge sådan nogle messing-plader op her, men hvis nu det var et event i 2024, så har vi den her, så har man en eller anden stander, hvor sådan nogle ting kommer op. Så kan det være, at man går ind igen og ser, om jeg er der stadig, eller om jeg er kommet op. Altså så er der en eller anden form for gevinst. (Bilag x, l. 210-223) T3: Så skulle det jo være så skulle det være nogle så skulle det være nogle så skulle det være noget federe end bare en øl. Altså, men lad os nu sige, at der bliver udloddet et eller andet. En gave, der er værd, at man kommer igen. Så hvordan skulle man så komme igen? Skulle det så være at komme, altså tage på altså, hvis jeg vandt en fed gave, som jeg skulle komme og hente den, så ville jeg jo bare komme og hente den, og så gå igen. Så skulle det være, at man sådan lavede en finaleagtig. Men så er der jo en masse faktorer, der spiller ind såsom snyd og sådan noget. Så bliver det måske for meget konkurrence. (bilag x, l. 203-209)	T3: Jeg ville jo få mere ud af det med spillet, end jeg ville gøre, hvis jeg bare tog herind alene. Så ville jeg nok bare tage rundt og kigge, så mere sådan komme ind og ud (Bilag x, l. 252-253) T4: Ja, og knytter det der med at være på museum, som noget sjovt, og socialt. (Bilag x, l. 260) T3: Det er også sådan lidt escape room, det der med, at man bare nærmest skal vende alt. (l. 37) T4: Men altså generelt sjovt. (l. 41) T3: Mm. Ja, en meget god måde man går igennem med et formål i stedet for bare sådan at gå rundt i det. (l. 43-44) T3: Ja. Ja. Altså, jeg ved ikke, om jeg nogensinde, om jeg personligt selv nogensinde kommer til at ændre på min lyst til at tage på museum. Men det kommer nok til at ændre min, altså hvis nu jeg skal til et arrangement eller et eller andet, hvor, når vi tager på museum og	T4: Men på den anden side, så kommer man meget hurtigt til at tænke på, når han var ikke i det her lokale, så det går vi bare igennem. Fordi man bliver sådan revet med, nu skal vi så kunne lige finde ud af, hvad det her er, ikke? Og så bliver det det, det prioritet fremfor museumsoplevelsen. (20-22) T4: Man ser ikke så meget andet og man får ikke reflekteret over eller kigget på og fordybet sig i nogle af de andre ting. (l. 14-15) T3: Altså, jeg kunne godt se ideen i, at man går rundt. Nu er det jo meget hurtigt. Det er jo meget hurtigt, ikke? Så man går jo bare fra sted til sted og kigger, men jeg tænker ikke, det er ikke fordi, man når sådan at fordybe sig. (10-12) T4: Ja, men det er, vi tager på museum og laver det her spil. Det er ikke, vi tager på museum, og de har et spil (240-241) T3: Men jeg tror heller ikke, man kan

Figur 47: Tematisk kodning af 3. iteration

5.4.1 Analyse og evaluering

Det første tema, der blev identificeret i den tematiske analyse, er *spilelementer*. Dette tema omhandler deltagernes udsagn vedrørende spillets funktioner og gevinster. Overordnet set var de meget begejstrede for spillets indhold og interaktive elementer. Ved første øjekast på spillet udbryder T3 eksempelvis: "Okay ej hvor er det sejt!!" (Bilag 16). De to deltagere, havde spillet og opgaven om at løse mysteriet i højsædet, hvilket gjorde, at de hurtigt kom igennem den permanente udstilling frem for at stoppe op ved hver skulptur (Bilag 16). En af årsagerne til den hurtigere tur gennem museet har formodentlig været de billeder, vi har tilføjet som ledetråde i spillet. Disse billeder hjalp nemlig spillerne med hurtigere at finde frem til skulpturerne, hvilket vi også har noteret i feltobservationerne (Bilag 16). Dertil kom det som et ønske fra T3: "(...) for vi har jo set billeder af statuerne. Men man kunne nok godt gøre det mere komplekst og gøre det sådan så netop det der med, lad os sige farverne på væggene og sådan nogle ting." (Bilag 17, l. 26-29). T4 kommer også ind på det samme. Han tilføjer: "Ja, eller læse på alle skiltene. Find Marcus Aurelius inde i Festsalen der. Du ved ikke, hvordan han ser ud. Og så hen og læs på alle skiltene." (Bilag 17, l. 33-34). Dette tyder på, at tilføjelsen af billederne måske har gjort det for nemt for disse to testpersoner at finde skulpturerne, og at

de i højere grad kigger på dem frem for at fordybe sig i skulpturerne omkring dem. Vi noterer eksempelvis følgende i vores feltobservationer: "De kigger ihærdigt rundt på skulpturerne omkring dem, men de går ikke tæt på og nærstuderer", hvilket endnu engang vidner om, at spillet har deres fokus. Ydermere har begge deltagere et ønske om, at Glyptotekets bygning i højere grad skulle inddrages i spillet. T3 siger:

Jamen, det kunne være meget fedt netop, hvis man lavede noget, der inddrog lidt mere af bygningen i ens vej igennem. Så man netop skulle kigge, og så kan man jo godt lave en masse hjælp, hvis man ikke kan, så man kommer videre, men så man stadig har muligheden for at få sådan det sværeste. Hvis man er kompetitiv." (Bilag 17, l. 93-96)

Dette tyder på, at han ikke ville have noget imod, hvis sværhedsgraden øges og i højere grad inddrager bygningen som element i at finde frem til ledetrådene. Han fortsætter i følgende citat: "Så det bliver sådan lidt puzzle-agtigt, at man skal løse en eller anden gåde, for så at komme det næste sted hen." (Bilag 17, l. 110-111), hvilket igen lægger vægt på behovet for flere sværhedsgrader i spillet. Ydermere ses det i feltobservationen fra brugertesten, at de fandt det sanselige element som sjovt og anderledes. Det forekommer fra vores feltnoter, at T3 kommenterede således på kluden med øl-duft ved Vandmoderen: "Woow, ej hvor sjovt man skal dufte. Ad hvad fuck er det?", hvortil T4 svarer: "Ej, lad mig lige prøve. Det er sguda øl, er det ik? Er det så ham bryggeren eller hva?" (Bilag 16). Herefter griner de, og fortsætter med spillet. Vi tolker, at det sanselige element har en positiv indflydelse på testpersonernes oplevelse med spillet, da de griner og samarbejder om deres tolkninger. Derudover kommenterer de på konkurrenceelementet, som vi netop har tilføjet på baggrund af den første brugertest i designprincip 5. For disse testpersoner vægter dette element ikke af særlig stor betydning. T3 siger følgende:

Så skulle det jo være [...] noget federe end bare en øl. Altså, men lad os nu sige, at der bliver udloddet et eller andet. En gave, der er værd, at man kommer igen. [...] hvis jeg

vandt en fed gave, som jeg skulle komme og hente, så ville jeg jo bare komme og hente den, og så gå igen.” (Bilag 17, l. 203-209)

Dette tyder på, at der skal mere end øl som gevinst til for at T3 får lyst til at besøge Glyptoteket igen og indløse en eventuel præmie. Selv hvis det var en større præmie, ville det ikke få ham til at genbesøge Glyptoteket, men derimod få ham til blot at hente gaven og så gå igen. T4 sammenligner det med at få et gavekort: “Altså, hvis bare jeg får et gavekort i julegave, så får jeg det ikke brugt.” (Bilag 17, l. 183). Dette vidner om, at konkurrenceelementet måske i højere grad skal kunne indløses samme dag, som de spiller spillet eller ifølge dem udformes anderledes. Derudover kan det vidne om, at deltagerne er indre motiverede, da de ville udføre spillet for at opnå egen tilfredsstillelse frem for at få en ydre belønning. T3 foreslår derimod en anden måde hvorpå konkurrenceelementet kan udvikles, som ville motivere ham:

Jeg tror ikke man kan hænge sådan nogle messingplader op her, [...] men hvis nu det var et event i 2024, så har man en eller anden stander, hvor sådan nogle ting kommer op. Så kan det være, at man går ind igen og ser, om jeg er der stadig, eller om jeg er kommet op. Altså så er der en eller anden form for gevinst.” (Bilag 17, l. 210-223)

Dette udsagn vidner dog i højere grad om, at et scoreboard kan appellere til T3's ydre motivation, da han vil opnå en ydre belønning ved at hans præstationer placeres på et board.

Det andet tema, der er identificeret, omhandler engagement og motivation. Temaet er således baseret på deltagernes udtalelser om, hvorvidt spillet skabte engagement i deres besøg, og hvordan det motiverede dem til at løse opgaven. Testpersonerne taler i høj grad om, hvordan spillet var sjovt og fordrede en anderledes oplevelse på museet. T3 siger blandt andet, at han får mere ud af sin museumsoplevelse ved at benytte spillet frem for at gå rundt alene og kigge (Bilag 17, l. s. 252-253). Hertil tilføjer: “Ja, og knytter det der med at være på museum, som noget sjovt, og socialt.” (Bilag 17, l. 260). T3 fortæller også i følgende citat, at det for ham er en god måde at komme rundt på museet: “Ja, en meget god måde man går igennem med et formål i stedet for bare sådan at gå rundt i det.” (Bilag 17, l. 43-44). En af

grundene til, at det netop fungerer som en positiv oplevelse for testpersonerne er også, at de er glade for at lege. T4 siger: "Og det vokser mænd bare ikke rigtig fra, det med leg." (Bilag 17, l. 157). Dette vidner om, at spillet fordrer leg, og at det er med til at skabe en sjov og engagerende oplevelse. Testpersonerne blev adspurgt, om spillet kunne være en faktor, der kunne give dem lyst til at besøge museet igen, hvortil T4 svarer: "Ja, det tænker jeg. Altså sådan lidt ligesom Escape Rooms. Altså når der så kommer et nyt Escape Room, så er det også meget sjovt at prøve." (Bilag 17, l. 231-232). Dette vidner om, at hvis der konstant udvikles nye koncepter af spillet, har det potentiale til at motivere T4 til at komme igen. T3 beskriver også, hvordan han normalt ikke går så meget på museum, men hvis han gjorde, kunne spillet være en god måde for ham at få en mere engagerende oplevelse:

Ja. Altså, jeg ved ikke, om jeg personligt selv nogensinde kommer til at ændre på min lyst til at tage på museum. Men [...] hvis nu jeg skal til et arrangement eller et eller andet, hvor, når vi tager på museum og skal det her, så kommer jeg nok ikke til at være, 'fuck run'. Så kommer jeg nok til at være sådan, okay det er meget grineren, at vi skal lave det der spil der. (Bilag 17, l. 234-238)

T4 uddyber også sin holdning til om han ville prøve spillet en anden gang:

Det kan være, at jeg bare ville tage det i hånden, og så vurdere senere, om det var noget, jeg ville. Men altså [...] nu ville jeg tage på museum, for at være på museum. Så jeg ville tage den med som sådan en sjov side quest til turen. (Bilag 17, l. 78-80)

Dette vidner om, at spillet ifølge T3 og T4 fungerer som en god tilføjelse til deres museumsoplevelse, og at det kan engagere deres besøg, men at de også opfatter det som to forskellige oplevelser.

Det sidste tema, der blev identificeret i den tematiske analyse, er *et brud med den traditionelle museumsoplevelse*. Dette tema omhandler, hvordan testpersonerne opfatter deres oplevelse på Glyptoteket med spillet kontra deres generelle oplevelse af at besøge

museer. Da deltagerne bliver spurgt ind til deres oplevelse af at løse mysteriet, svarer T3 følgende: "Altså, jeg kunne godt se idéen i, at man går rundt [...] Så man går jo bare fra sted til sted og kigger, men jeg tænker ikke, det er fordi, man når sådan at fordybe sig" (Bilag 17, l. 10-12). T4 er enig i denne antagelse og svarer ligeledes: "Man ser ikke så meget andet og man får ikke reflekteret over eller kigget på og fordybet sig i nogle af de andre ting" (Bilag 17, l. 14-15). T4 fortæller ydermere, at årsagen til at han bliver mindre fordybet i andre dele af museet, er fordi, at han bliver revet med af spillet. Han fortæller følgende:

Men på den anden side, så kommer man meget hurtigt til at tænke på, når han var ikke i det her lokale, så det går vi bare igennem. Fordi man bliver sådan revet med, nu skal vi så kunne finde ud af, hvad det her er, ikke? Og så bliver det det, som er prioriteten frem for museumsoplevelsen. (Bilag 17, l. 20-22)

Dette vidner om, at han i højere grad fordyber sig i spillet frem for i skulpturerne omkring ham. T4 uddyber, at på trods af at denne museumsoplevelse adskiller sig fra dem han tidligere har haft, så synes han, at dette var en sjov oplevelse. Han beskriver:

Ja, men så lidt som vi snakkede om, så er det sådan det er mindre dybdegående, eller sådan at man reflekterer mindre over, hvor man står og hvad man ser på. Man lægger mærke til færre detaljer og sådan noget, fordi man er fokuseret på én ting, og det er at komme hen til ham, der ligner det her billede med den her baggrund, så det er sådan mere væggene, og sådan noget. Ja. Så det bliver mere sådan, altså det der mysteriespil, end det bliver sådan den museumsoplevelse, jeg i hvert fald havde sidst. Men altså det her er sjovt og interaktivt og engagerende på en anden måde. Altså det bliver sådan lidt escape room, som også er sjovt. (Bilag 17, l. 85-91)

Dette vidner om, at T4 i højere grad er fokuseret på spillet end på udstillingerne om ham, men at dette gjorde oplevelsen sjov, interaktiv og engagerende. T3 forklarer også, at denne form for spil skaber andre forventninger til museumsbesøgende og kan have andre styrker. I stedet

for at de besøgende får en masse viden om udstillingerne, tilbyder spillet en anderledes oplevelse. T3 forklarer:

Men jeg tror heller ikke, man kan forvente med sådan et spil, at man kommer til at styrke ens lyst til at sådan få viden fra museer. Altså jeg tror, at det mere styrker, at sådan nu tager jeg på museer, og så får jeg det ud af det jeg gerne vil have ud af det, mens jeg laver et eller andet sjovt. Altså hvis man interesserer sig for museer og godt kan lide at læse om alle mulige historiske personer, så er det jo godt. Men der er nogen, der ikke interesserer sig lige så meget for det. [...] Og så får jeg måske en brøkdel mere af (red. viden), hvad jeg havde i forvejen, som jeg kan tage med videre. Og så kan det jo være, at det udvikler sig til noget (red. interesse for museer). (Bilag 17, l. 61-68)

Dette vidner om, at spillet i højere grad kan være et sjovt element at inkorporere, således at man kan opnå en anderledes oplevelse på museet og dermed bryde med det, T3 forbinder med et museumsbesøg. Deltagerne bliver spurgt ind til, hvad deres holdning er til, at de opfatter oplevelsen med spillet som en anderledes museumsoplevelse. T4 svarer, at han oplever de to museumsbesøg som vidt forskellige tilgange:

Men i virkeligheden er det nok to meget forskellige approaches til det, fordi hvis nu jeg var taget på museum for at være på museum, så ville jeg hellere have taget en (red. et spil), hvor jeg skulle finde et eller andet undervejs, og så krydse det af, og så hvis jeg havde dem alle sammen rigtigt, så kunne jeg være med i det der spil eller sådan noget. Men hvis man brander det her ligesom Escape Room, kom til Escape Room oplevelse på Glyptoteket, så det ikke er, kom på museum og spil et spil, men kom og spil et spil, vi holder det på Glyptoteket. Så kan man også sige sådan, skal vi

samle nogle, altså skal vi samle et hold og lave et Escape Room, skal vi spille et spil, skal vi lave noget socialt? Det er ovre på Glyptoteket. (Bilag 17, l. 134-141)

Det lader til, at T4 har et fokus på, at man som museumsbesøgende skal være bevidst om, at museumsoplevelsen med spillet er en anden form for museumsoplevelse, og at det derfor er vigtigt at man er informeret ligeledes. Det tolkes, at han i højere grad ser, at spillet er i fokus, og at Glyptoteket blot er dets lokation. Han beskriver herudover, at det for ham ville være svært at få den komplette museumsoplevelse samtidig med, at man spiller mysteriespillet. Han fortæller:

Men lige med det her spil, der er det svært at være begge steder samtidig, altså i spillets mode og på museum, hvor at, hvis nu man havde haft øh, en liste med ting, man skulle finde i stedet for, også oppe på malerierne, for eksempel på det her maleri er der en eller anden ting, hvilken farve har den eller sådan noget. Så er det måske mere sådan, at man går rundt og kigger og så også kan lede efter de her ting. Så er du måske mere på museum, samtidig med at du har et eller andet sjovt med. Hvor her der bliver det meget, at du bruger museet som et escape room. (Bilag 17, l. 113-118)

Da T4 bliver spurgt ind til, om hans opfattelse af, at spillet er meget i fokus frem for museet, er godt eller skidt, svarer han: "Det er godt, det er sjovt. Men det er to meget forskellige måder" (Bilag 17, l. 122). På baggrund af deltagernes udtalelser lader det til, at deres oplevelse på Glyptoteket med mysteriespillet er et brud med deres sædvanlige måde at besøge museer, da de ellers ville have gået rundt i deres eget tempo og studeret skulpturerne nærmere. Dette ses også i de observationer, vi gjorde af testpersonerne på museet. Her oplevede vi, at de var meget fordybet i spillet og i at løse mysteriet (Bilag 16). Dog beskriver testpersonerne, at de i mindre grad var engagerede i resten af skulpturerne i den permanente udstilling. Dermed lå der et stort fokus på selve spillet frem for udstillingerne på museet.

På baggrund af den tredje iteration fandt vi, at testpersonerne fandt oplevelsen med spillet på Glyptoteket som sjov, socialt og engagerende. De forstod konceptet og kunne i høj grad sidestille det til idéen om et escape room i form af at skulle løse et mysterium. Herudover

observerede vi, at testpersonerne var meget fordybet i selve spillet og indlevede sig i rollerne som detektiver. Dog fremgik det af testpersonernes feedback, at de synes, at spillet var så meget i centrum, at oplevelsen adskilte sig meget fra deres traditionelle museumsbesøg. Dette fandt testpersonerne ikke som noget negativt. Hvis man ifølge dem tager på museet for at opleve dets udstillinger og lære om alle skulpturerne, så var spillet ikke hensigtsmæssigt, men hvis man derimod tog på museum for at få en anderledes museumsoplevelse, var spillet genialt. Dette tyder på, at spillet i sig selv kunne være med til at bryde testpersonernes sædvanlige museumsvaner i forhold til det traditionelle museumsbesøg. På baggrund af de tre iterationer, vi har foretaget, tegner der sig et mønster af, at der er et behov for forskellige sværhedsgrader i spillets ledetråde, der både kan være med til at udfordre og hjælpe dem med at løse mysteriet. Grundet specialets omfang foretages der ikke yderligere re-design af spillet. Dog vil vi i den følgende fase reflektere over de fund, vi har gjort i interventionsfasen.

Refleksionsfasen



I denne fase reflekteres der over designet, og dets indvirkning på målgruppen. Det vurderes også, hvordan designet kan udvikles og generaliseres til andre kontekster.

6. Refleksionsfasen

I den forrige fase blev designet testet i praksis for at vurdere dets indflydelse på målgruppen. I følgende fase forekommer en evaluering og refleksion over designets funktioner, og hvordan det fungerer i praksis. Først præsenterer vi en evaluering af designet og vurderer idéernes sandhedsværdi. Efterfølgende evalueres vores valg af målgruppe og reflekterer over de metodologiske beslutninger, vi har truffet. Afslutningsvis beskrives designets udviklingspotentiale, og det vurderes, hvorvidt det kan generaliseres til andre kontekster.

6.1 Evaluering af design

I følgende afsnit udfoldes en refleksion og evaluering over designet, og hvordan de metodiske valg har haft indflydelse på udviklingen af designet.

Formålet med nærværende speciale var at undersøge, hvordan mænd i alderen 18-30 år kan engageres og motiveres under deres besøg på Ny Carlsberg Glyptotek. På baggrund af dataindsamling og de brugertests, vi har foretaget, fandt vi, at de mænd, vi har interviewet, ønsker en mere sansestimulerende oplevelse, mere viden om skulpturerne, at blive guidet rundt på museet, og at deres museumsbesøg er en social aktivitet. Disse ønsker, som mændene havde for deres museumsoplevelser, fungerede som de udfordringer, vi som forskere skulle løse for at skabe en mere engagerende museumsoplevelse for dem. På baggrund af denne problemidentifikation valgte vi at designe et mysteriespil, med hensigten om at få inkorporeret disse ønsker, som vi fandt i dataindsamlingen. Det, der fungerede godt ved designet, var, at det i høj grad imødekom deres ønsker. Vi fandt i brugertestene, at de blev guidet rundt på museet gennem spillet, da de fulgte den tiltænkte rute. På baggrund heraf oplevede vi, at de konstant havde en idé om, hvor de skulle hen og dermed heller ikke var i tvivl om, hvor de skulle starte og slutte. Derudover muliggjorde spillet, at deres sanser kunne stimuleres ved at inddrage forskellige elementer og gav dem noget taktilt at interagere med. Dette kom blandt andet til udtryk gennem det fysiske materiale, de gik rundt med, der appellerede til følesansen, og en klud dyppet i øl, der appellerede til duftesansen. Spillet samlede også mændene om en fælles aktivitet, som opmuntrede til samarbejde, sociale interaktioner og fortolkning. Desuden gav spillet mændene mulighed for at læse meget mere om skulpturerne gennem de paratekster, de fandt i konvolutterne. Vi fandt, at der var delte

meninger om, hvorvidt et konkurrenceelement i spillet kunne motivere spillerne til at anvende spillet. I den første brugertest fandt testpersonerne det motiverende, at spillet i sidste ende ville udløse en belønning, hvorimod testpersonerne fra den anden brugertest, i højere grad var motiverede af at løse mysteriet frem for at vinde en præmie. Dette vidnede altså om, at det er forskelligt fra deltager til deltager, om at man er indre eller ydre motiveret for at gennemføre spillet. Dog er det vigtigt, at spillet kan appellere til et interessefelt og fremme deres motivation for at gennemføre spillet. Dette indikerer, at spillet kan motivere af forskellige årsager, men at konkurrenceelementet nok vil vægte af større betydning for nogle og mindre for andre. De udfordringer, vi derimod fandt ved det udviklede design, hviler blandt andet på, at vi ikke havde inkorporeret forskellige niveauer af ledetråde, der kunne hjælpe testpersonerne til at finde frem til den næste skulptur. Vi fandt nemlig i de to brugertest, at den første gruppe havde svært ved at finde frem til de rigtige skulpturer baseret på de tekstuelle ledetråde. Hvorimod den anden testgruppe havde lettere ved at finde dem via de billedudsnit, vi havde tilføjet. Derfor vurderer vi, at det kan gavne spillets udformning at inkorporere billedudsnittene, men at de skal fungere som en ekstra ledetråde, hvis deltagerne ikke kan finde skulpturen på baggrund af første ledetråd. Derudover fandt vi, at de praktiske omstændigheder ved spillet, og hvorledes det skal opsættes, kan fremstå som en udfordring for Glyptoteket. Vi fandt i anden iteration, at medarbejderne så udfordringer i at tilføje fysiske elementer blandt udstillingerne, som kun relaterer sig til spillet. Herudover beskrev medarbejderne på Glyptoteket, at der ofte sker ændringer i museets sale, og hvor de forskellige genstande er placeret, hvorfor det er essentielt, at spillet er designet således, at det kan tilpasses disse ændringer. Derudover fandt vi i tredje iteration, at det er vigtigt, at de besøgende er opmærksomme på, at spillet faciliterer en anderledes form for museumsoplevelse end den, de muligvis er bekendt med. Derfor er det vigtigt, at det ekspliciteres i introduktionen af spillet. Testpersonerne var i højere grad fordybet i spillet og motiverede af at løse mysteriet frem for at være engageret i resten af museets udstillinger omkring dem. De beskrev, at begge måder at opleve museet på har deres styrker. Det handler blot om at være forberedt på, at spillet tilbyder en anderledes museumsoplevelse. Vi vil argumentere for, at hvis man foretrækker en klassisk og traditionel museumsoplevelse, hvor man ser grundigt på alle skulpturerne, er spillet – som det er udviklet nu – ikke ideelt. Men hvis man ønsker en anderledes og mere interaktiv museumsoplevelse, der også inkluderer

social aktivitet, fungerer spillet rigtig godt. Vi fandt via testpersonernes udsagn og vores observationer, at spillet for dem bidrog til en sjov og anderledes oplevelse. Således tolker vi, at spillerne har været engagerede i spillet og dermed har været motiveret i deres besøg på Glyptoteket. På baggrund af disse fund kan vi dermed også søge en vurdering af idéens sandhedsværdi – altså hvorvidt dette tiltag har en gavnlig virkning på målgruppen. Vi vil argumentere for, at idéen er sand, da testpersonerne var fordybede og engagerede i deres afprøvning af spillet og dermed kan spillet medføre en følelse af engagement i deres besøg på Glyptoteket. Vi antager derfor, at idéen er sand, idet spillet viser sig at være gavnligt for målgruppen. Da vi, som tidligere nævnt, anlægger en induktiv tilgang i dette speciale, genereres teori ud fra vores empiriske fund. Ved at vurdere vores idé som sand, har vi bidraget med ny viden til feltet, der beskriver, hvordan engagerende museumsbesøg kan opnås. Vi har fundet, at ved at stimulere flere sanser, guide de besøgende og formidle viden på en alternativ måde, kan museumsoplevelsen forbedres for denne målgruppe. Disse elementer kan effektivt kombineres i et mysteriespil, hvilket både skaber en social og engagerende oplevelse. Vores resultater indikerer, at denne tilgang kan gøre museumsbesøg mere engagerende og tiltalende for denne målgruppe.

6.2 Mænd som målgruppe

I nærværende speciale er der foretaget et valg om at fokusere på mænd i alderen 18-30 år som målgruppe og dermed undersøge denne gruppes museumsvaner. Årsagen til, at denne målgruppe blev valgt som fokus for undersøgelsen, var, at adskillige tidligere undersøgelser viser, at mænd i mindre grad besøger museer end kvinder. Derfor valgte vi at undersøge, hvordan man kan gøre mænds museumsbesøg mere tiltalende, for på den måde muligvis at tiltrække flere mænd til museerne. Som tidligere nævnt skulle dette gøres ved at engagere og motivere mændene under deres museumsbesøg ved at implementere et kommunikativt initiativ på Glyptoteket, for at forbedre deres museumsoplevelse. På baggrund af nærværende speciales dataindsamling valgte vi at designe og udvikle et nyt initiativ, der skulle tage form som et mysteriespil. Årsagen til at dette blev besluttet var, at tidligere undersøgelser viste, at andre museer havde haft stor succes med lignende spil. Herudover havde vi en antagelse om, at denne type spil kunne inkorporere alle de udfordringer, forbedringsmuligheder og potentialer, som fokusgruppedeltagerne nævnte. Det er dog vigtigt

at nævne, at vi er bevidste om at dette mysteriespil ikke udelukkende henvender sig til unge mænd, hvilket medarbejderne fra Glyptoteket også gav udtryk for. Medarbejderne fandt dette positivt, da det dermed ikke ekskluderer andre af museets besøgende, men muligvis i højere grad kan tiltale en målgruppe, de har svært ved at fange. Ligeledes anser vi det heller ikke som en ulempe at spillet kan henvende sig til andre målgrupper end mænd og dermed ikke er en "mande-aktivitet". Vi fandt i vores data, at fokusgruppedeltagerne og flere af vores testbrugere fortalte, at de aldrig selv ville være initiativtagere til at tage på museum. Dog fortalte flere af dem, at de aldrig ville takke nej, hvis nogle af deres bekendte inviterede dem med på museum. Netop derfor ser vi det kun som en fordel, at designet kan henvende sig til flere forskellige målgrupper. Spillet opfordrer til social aktivitet, hvilket muligvis kan få flere forskellige personer til at invitere deres mandlige bekendte med for at opleve det sammen. Dermed kan det være en indgangsvinkel til at få flere unge mænd til at besøge museer. Af denne årsag er vi også kommet frem til, at det derfor ikke er af stor betydning, om mændene er ydre eller indre motiverede for at besøge museet. Det vigtigste er blot, at de besøger museet, og oplever en anderledes måde at besøge et museum, som muligvis vil engagere dem og give dem en god oplevelse, som de vil huske. Ved at de har fået en anderledes og mindeværdig oplevelse, kan det med tiden muligvis styrke deres indre motivation for at besøge et museum igen eller at afprøve et mysteriespil igen på et museum. Hvis mændene herefter beretter om deres positive oplevelse, kan dette skabe øget opmærksomhed omkring museer, og de nye tiltag, de kan tilbyde. Spillet kan dermed appellere til en oplevelse, der ikke kræver avanceret viden, og som i højere grad henvender sig til mennesker, der normalt ikke besøger museer og måske føler sig intimiderede og uinspirerede af tidligere museumsbesøg. Spillet kan formentlig udfordre deres syn på museer som kedelige og dannende institutioner og i stedet præsentere museer som sociale interaktive oplevelser, der kan invitere til sjov og leg. Ved at udfordre målgruppens syn på museer og deres måde at opleve dem på, kan spillet være med til at bryde deres vante mønstre omkring museumsbesøg og skabe et vanebrud. Dette har vi udledt som værende vigtigt, hvis der ønskes en anderledes og engagerende museumsoplevelse.

6.3 Metodologisk refleksion

I følgende afsnit vil der fremgå en refleksion over de metodologiske valg, vi har foretaget.

Nærværende speciale er gennemført som en designbaseret undersøgelse med ELYK-innovationsmodellen som struktur for specialets faser og elementer. Denne metodiske tilgang har betydet, at vi løbende har udviklet vores designidé og skabt ny viden gennem iterative processer, herunder brugertests, evalueringer og efterfølgende re-designs. Dermed har vi søgt både at forstå et fænomen og bidrage til at forbedre det. Derfor er det essentielt at reflektere over vores mange roller i DBR-projektet som både forskere, observatører og udviklere gennem undersøgelsen og særligt under iterationerne. Dette indebærer en intention om at generere nye teoretiske indsigter samtidig med, at vi designer et produkt. Balancen mellem disse roller er vigtig at opretholde, da den kan påvirke udviklingen af designet. Som forskere og observatører har vi stræbt efter at lade det undersøgte felt tale for sig selv, hvilket sikrer, at vores empiri er upartisk. Dette giver os mulighed for som udviklere at skabe et produkt, der tjener målgruppen bedst. Vi har en oplevelse af, at de forskellige roller, vi har indtaget undervejs, har været gensidigt afhængige, og kombinationen har været afgørende for udviklingen af designet. Således har vi bestræbt os på at sikre, at vores forforståelse ikke har påvirket undersøgelsen. Som tidligere nævnt har vi et indgående kendskab til Glyptoteket og den specifikke målgruppe gennem de nationale brugerundersøgelser. Vi har forsøgt at tilsidesætte disse forforståelser for at skabe så objektiv og upartisk en undersøgelse som muligt. Dog erkender vi, at vores spørgeskemaundersøgelse bærer præg af, at vi antager, at mænd sjældnere besøger museer end kvinder, og de derfor muligvis vil være mere kritiske over for museumsbesøg. Dette har resulteret i, at spørgsmålene i spørgeskemaet i mindre grad fokuserer på de positive aspekter ved museumsbesøg, som målgruppen måske oplever. Derfor kan det argumenteres, at spørgeskemaundersøgelsen i højere grad er rettet mod ikke-besøgende for at undersøge, hvad der kan forbedre deres museumsoplevelser. Dette er vigtigt at italesætte, da det ikke blev tydeligt kommunikeret ved udsendelsen af undersøgelsen, og nogle respondenter derfor kan have følt, at deres positive synspunkter på museer ikke blev mødt. Dette bør nævnes for at skabe gennemsigtighed om undersøgelsens fokus og genstandsfelt. På trods af, at vi vurderer, at denne undersøgelse i nogen grad er påvirket af vores forforståelse, vil vi dog stadig argumentere for, at spørgeskemaundersøgelsen var nyttig som indledende research til

vores primære undersøgelsesmetode, den kvalitative metode. Derfor mener vi ikke, at dette har påvirket resten af undersøgelsen.

I afsnit 3.2.1 blev det beskrevet, hvordan nærværende speciale bygger på en mixed methods tilgang, hvor den kvantitative undersøgelse fungerer som byggesten for den kvalitative undersøgelse. Dog er det vigtigt at reflektere over, hvordan de to metoder har spillet sammen og gavnet hinanden, samt om de på visse punkter har været uforenelige. I indsamlingen af empiri foretog vi et valg om, at det var nødvendigt, at undersøgelsen bestod af begge forskningsmetoder, for at forstå forskningsproblemet. Formålet med spørgeskemaundersøgelsen var at opnå rig indsigt i målgruppens behov, vaner og museumsbesøg. Herudover ønskede vi at opnå mere generel viden om målgruppens museumoplevelser, da tidligere empiriske undersøgelser ikke har undersøgt dette felt med specifikt fokus på mænd. Formålet med spørgeskemaundersøgelsen var dermed at kunne benytte den indsamlede viden som grundlag for, hvad den kvalitative undersøgelse skulle dykke dybere i. Dog erkender vi, at vi ikke tydeliggør dette tilstrækkeligt i specialet, hvordan resultaterne fra den kvantitative undersøgelse har haft indflydelse på den kvalitative undersøgelse. Dette ønsker vi at reflektere over, da det med fordel i højere grad kunne være inddraget, for at tydeliggøre, hvordan indsigten fra den kvantitative undersøgelse er anvendt i det videre arbejde. De spørgsmål, der blev udformet til interviewguiden i fokusgruppeinterviewet (Bilag 6), udspringer blandt andet fra vores viden fra spørgeskemaundersøgelsen. Dog er der forskel på, hvad vi ønskede at undersøge i den kvantitative undersøgelse og den kvalitative undersøgelse. Med den kvantitative undersøgelse ønskede vi at opnå mere generel indsigt i mænds museumsvaner, hvorimod vi med den kvalitative undersøgelse ønskede at opnå viden omkring deres besøg på Glyptoteket, og hvordan den kunne forbedres. Da de to undersøgelser besidder forskellige fokus, kan de derfor fremstå som uforenelige, og det kan derfor være mindre tydeligt, hvordan de to dataindsamlingsmetoder har spillet sammen. Selvom de to dataindsamlingsmetoder er forskellige, så har de spillet gavnligt sammen, da vi på baggrund af spørgeskemaundersøgelsen har udledt et fokus til fokusgruppeinterviewet vedrørende en dybdegående undersøgelse af unge mænds oplevelse på Glyptoteket. Ydermere gav kombinationen af disse metoder et overordnet indblik i unge mænds syn på Glyptoteket, samtidig med at det gav os mulighed for at få mere specifikke forklaringer på deres syn på

Glyptoteket. Vi tilegnede os generel viden om mænds vaner og motivationer for at tage på museum, hvorimod vi fik mulighed for at uddybe dette ved et fokusgruppeinterview. Derfor vil vi argumentere for, at de forskellige perspektiver fra undersøgelserne komplementerer hinanden, da styrkerne fra den kvantitative og kvalitative metode giver os en bedre forståelse af forskningsproblemet. Ved i højere grad at eksplicite måden, hvorpå de to dataindsamlingsmetoder har spillet sammen, kan vi i højere grad sikre kvaliteten af en mixed methods-undersøgelse. Denne kombination af dataformer har dermed ikke været uforenelige, men har resulteret i rigere indsigt, da forskellige perspektiver og datakilder har komplementeret hinanden.

Den indsamlede data fra interviewet med kommunikationsmedarbejderen, spørgeskemaundersøgelsen og fokusgruppeinterviewet med de fire mænd udgør empirigrundlaget for specialets undersøgelse. På baggrund af dette, har vi udledt innovationspotentialet og udviklet designprincipper, som har ledt til det endelige design. For at opnå en rigere og bredere indsigt i genstandsfeltet kunne det have været fordelagtigt at tale med flere mænd fra målgruppen, enten gennem flere fokusgruppeinterviews eller ved at inddrage flere deltagere i det første interview. Dette kunne have medført et bredere perspektiv på problemfeltet og muligvis give os mere nuanceret viden. Dog vil vi argumentere for, at vi har opnået tilstrækkelig viden og indsigt i feltet til at kunne designe en løsning på et specifikt tilfælde. Det samme gør sig gældende i forhold til vores iterationer. Designets udvikling og løbende re-designs er baseret på feedback fra deltagerne i de tre iterationer, hvilket har været indsigtsrige for designets udvikling. Dog har den begrænsede tidsperiode forhindret os i at gennemføre flere iterationer, hvilket lægger op til yderligere forskning for konstant at forbedre designet. Der kan argumenteres for, at hvis undersøgelsen skulle gøres mere dybdegående, kunne det have været fordelagtigt at inkludere enten fokusgruppeinterviews med flere mænd eller flere iterationer for at opnå yderligere feedback på designet og dets funktioner. Dette er en essentiel del i at arbejde designbaseret, da designet konstant kan udvikles og forbedres, hvilket dog leder til mange flere og konstante undersøgelser. Da vi som nævnt i afsnit 2.2 arbejder ideografisk og fokuserer på et enkeltstående tilfælde, søger vi ikke at generalisere og dække alle unge mænds oplevelser, men undersøger et enkeltstående tilfælde. Dette er ikke ensbetydende med, at vi ikke kan reflektere over, hvordan designet kan fungere i andre sammenhænge, det betyder blot, at vi

har undersøgt, hvordan man specifikt kan skabe en engagerende og motiverende oplevelse på Glyptoteket. Yderligere refleksioner over spillets udviklingspotentiale og generaliserbarhed forefindes i følgende afsnit.

6.4 Udviklingspotentiale og generalisering til andre kontekster

I følgende afsnit vil vi reflektere over designets udviklingspotentiale, og hvorvidt det kan generaliseres og overføres til andre kontekster.

På baggrund af testningen af vores prototype på Glyptoteket med den intenderede målgruppe og den feedback vi fik herfra, ser vi et udviklingspotentiale i mysteriespillet. Det er et koncept, vi mener kan videreudvikles og blive et dynamisk og alsidigt element i kulturelle institutioner som Glyptoteket. Vi ser at spillet kan videreudvikles på flere måder. Blandt andet ved at inkludere forskellige historier og skulpturer fra museets samlinger, eller kun fokusere på enkelte tidsperioder, som Glyptoteket repræsenterer. Dette kan eksempelvis gøres ved at spillets historiske fortælling appellerer til nogle af de interesser, mænd har. Vi fandt nemlig i spørgeskemaundersøgelsen, at en stor procentdel af mændene havde interesse for sport og motion. Derfor kan det være relevant at udvikle et spil med fokus på sport og motion ved at lave en fortælling om det antikke Grækenlands sportsgrene og muligvis inkorporere de Olympiske Lege. På den måde tilgodeses både mændenes interesser og Glyptotekets vidensfelt og kulturområde.

En anden mulighed er at tilpasse spillets sværhedsgrader til forskellige målgrupper. Ved at designe varierende niveauer af udfordringer kan spillet tiltrække og engagere diverse publikum, lige fra børn og familier til unge og ældre. Hver version af spillet kan skræddersyes til at matche de specifikke interesser og evner hos forskellige grupper, hvilket øger spillets uddannelsesmæssige og underholdningsmæssige værdi. Derudover kan mysteriespillet gøres til en større begivenhed, ved at benytte det som omdrejningspunkt for et arrangement som eksempelvis *Kulturnatten*, som er et årligt kulturtilbud, hvor alle kulturinstitutioner holder sent åbent, og besøgende kan købe et kulturpas til at besøge flere steder samme aften. Her er det en mulighed at inddrage skuespillere for at bringe historierne til live og skabe en mere fordybende oplevelse. Endvidere ses der potentiale i at udvikle en digital version af spillet. De digitale elementer blev ikke prioriteret i nærværende speciale for at imødekomme

respondenternes ønsker og Glyptotekets ønsker om, at telefonen ikke skal være et bærende element i museumsoplevelsen. Hvis det dog på længere sigt skulle blive interessant at tilføje en ny dimension til spillet, kan man ved at integrere smartphones benytte video, billeder og lydoptagelser til at udforske og interagere med spillet på innovative måder. Ved at digitalisere spillet kan det dog muligvis gøre, at alle deltagerne ikke kan blive inddraget på samme måde, hvis de alle skal se på det samme elektroniske device og ikke kan fordele tekster og opgaver imellem sig. Derudover fordrer en digitaliseret version af spillet, at alle har en smartphone og ydermere at denne version af spillet kan lede til distraktioner, som fokusgruppedeltagerne ligeledes nævner.

For at gøre mysteriespillet endnu mere engagerende og fordybende, kan der integreres en række flere sansevækkende elementer, der bidrager til at transformere den traditionelle museumsoplevelse. Som designet er udviklet i nærværende speciale, søger vi at vække følesansen ved at have elementer med, som deltagerne kan røre ved og interagere med. Derudover har vi efter anden iteration tilføjet dufte, som stimulerer lugtesansen. Dog ser vi stadig potentiale i at stimulere sanserne i endnu højere grad. Ved at benytte lyd, lys, og flere escape room-elementer, kunne hvert aspekt af spillet blive en del af et levende, dynamisk miljø, der stimulerer de besøgendes nysgerrighed og kreativitet. Eksempelvis kunne strategisk placerede lydeffekter forstærke atmosfæren omkring bestemte udstillingsgenstande eller skulpturer. Eksempelvis kunne fodtrin, eller lyden af et gammelt musikstykke, skabe en tidsmæssig forbindelse til en skulpturs historie eller fungere som ledetråd i spillet. Dette ville tilføje en lydmæssig dimension, der inviterer besøgende til at benytte deres hørelse for at løse mysteriet. Det kunne også være fordelagtigt at benytte belysning til at dirigere opmærksomhed og skabe stemning. Slutteligt kunne der tilføjes endnu flere escape room-elementer, eksempelvis ved at give skulpturer skjulte mekanismer, bevægelige dele, eller interaktive elementer, der kræver fysisk manipulation. Dette kunne omfatte alt fra at arrangere fragmenter til at passe sammen, til at aktivere skulpturer, der åbner nye rum eller afslører skjulte beskeder. Ved at gøre skulpturerne til en integreret og aktiv del af mysteriespillet, brydes der med den traditionelle museumsoplevelse, og det er en måde, hvorpå man kan skabe forståelse for kunsten og dens historie gennem interaktiv opdagelse og leg. En udfordring ved at tilføje mere fysiske elementer til spillet på museet er, at det kan virke forstyrrende for de museumsbesøgende, der ikke er en del af spillet.

Glyptotekets kommunikationsafdeling nævnte herudover også, at de ofte rykker rundt i deres udstillinger og sale, og spillet skal derfor kunne tilpasses nemt til disse ændringer. Dette kan være en udfordring, hvis nogle fysiske spilelementer er knyttet til bestemte rum.

Til trods for at vi har arbejdet ideografisk og undersøgt et enkeltstående tilfælde, mener vi, at denne form for mysteriespil kan generaliseres og overføres til andre kontekster, da spillet danner ramme for en ny måde at opleve et museum og dets udstillinger. Derfor mener vi, at designet også kan overføres til andre kunstmuseer, som ønsker at skabe en anderledes og interagerende oplevelse for deres museumsgæster. Samlet set mener vi, at disse forslag til videreudvikling af mysteriespillet giver mulighed for at skabe et mere engagerende og underholdende tilbud, der kan tiltrække og fascinere et bredt publikum og styrke forbindelsen mellem kunst, kultur og samfund.

Konklusion



I dette afsnit konkluderes der på, hvorvidt designet har haft en gavnlig virkning på målgruppen og om designet engagerer og motiverer dem i deres besøg på Glyptoteket.

7. Konklusion

Nærværende speciale har gennem en designbaseret tilgang undersøgt, hvordan mænd i alderen 18-30 år kan engageres og motiveres under deres besøg på Ny Carlsberg Glyptotek. På baggrund af en mixed method dataindsamling kan det udledes, at målgruppen i højere grad kan engageres og motiveres i deres museumsbesøg ved at stimulere deres sanser, guide dem gennem museet, formidle den faste skulptursamling på en ny måde, samt at museumsoplevelsen er social og interaktiv. Baseret på dataindsamlingen og viden fra eksisterende forskning, har vi udviklet et kommunikativt initiativ, der kulminerer i et mysteriespil, som inkluderer de udfordringer, som målgruppen identificerede. Dette spil er udviklet på baggrund af flere designprincipper, der fremmer en mere engagerende, motiverende, berettende, sansestimulerende, guidende og konkurrerende oplevelse. Formålet med designet er yderligere at skabe social interaktion, fremme målgruppens kreativitet, og skabe en mere dialogisk oplevelse, hvilket gør spillet en del af oplevelsestraditionen. Hermed skal designet bryde med målgruppens traditionelle opfattelser af, hvad museer er og rummer. De forskellige brugertests i nærværende undersøgelse har bevist, at målgruppen i højere grad føler sig fordybet og engageret i museumsoplevelsen, da spillet bidrager til at guide dem rundt, stimulerer deres sanser og skaber en sjov og social oplevelse. Således vil vi vurdere, at løsningen til det identificerede innovationspotentiale har en positiv indvirkning på deltagerne. Det er dog vigtigt at bemærke, at denne type spil primært appellerer til unge mænd, der ønsker en anderledes museumsoplevelse frem for det traditionelle besøg. Vi konkluderer, at mænd i alderen 18-30 år kan engageres og motiveres i deres besøg på Glyptoteket gennem et kommunikativt initiativ som dette mysteriespil. Spillet besidder desuden et udviklingspotentiale, da det kan overføres til andre kontekster og lignende kulturinstitutioner. Dette design anses som et koncept, der konstant kan udvikles og i princippet aldrig afsluttes.

Litteraturliste



Herunder forefindes en liste over specialets litteraturgrundlag.

8. Litteraturliste

Anderson, S. (2020). Some provocations on the digital future of museums. I Winesmith, K. & Anderson, S. (Eds.) *The Digital Future of Museums* (s. 10-25). Routledge.

Antoniou, A., Dejonai, M. I. & Lepouras, G. (2019). 'Museum escape': A game to increase museum visibility. I Liapis, A., Yannakakis, G. N., Gentile, M., & Ninaus, M. (Eds.), *Games and Learning Alliance: 8th International Conference, GALA 2019, Athens, Greece, November 27–29, 2019, Proceedings 8* (s. 342-350). Springer International Publishing.

Atla, A. (2022, 9. maj). Debat: Diversitet – en præmis for innovation i dansk kunst. *Kunsten.nu*. Hentet fra:
<https://kunsten.nu/journal/debat-diversitet-en-praemis-for-innovation-i-dansk-kunst>
/ d. 19 marts 2024

Barata, G., Gama, S., Jorge, J. & Gonçalves, D. (2013). Improving participation and learning with gamification. I Nacke, L. E., Harrigan, K. & Randall, N. (Eds.) *Proceedings of the First International Conference on gameful design, research, and applications* (s. 10-17). Association for Computing Machinery, New York.

Baumgartner, E. & Bell, P. (2002). What will we do with design principles? Design principles and principled design practice. Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association, New Orleans, 1-31.

Bernier, R. (2003). Usability of interactive computers in exhibitions: Designing knowledgeable information for visitors. *Journal of Educational Computing Research*, 28(3), 245-272.

Braun, V. & Clarke V. (2006). Using thematic analysis in psychology (s. 77-101). *Qualitative Research in Psychology*.

Brinkmann, S. (2006). John Dewey. En introduktion (1. udg., 1. oplag, s. 30-42). København: Hans Reitzels Forlag.

Brinkmann, S. (2014). Det Kvalitative Interview. (1. udg., 1. oplag, s. 15-110). København. Hans Reitzels Forlag.

Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (2010). Kvalitative metoder: en grundbog (121-135). Hans Reitzels Forlag.

Bitgood, S. (2016). Attention and value: Keys to understanding museum visitors (s. 9-73). Routledge.

Boonen, S., van der Heijden, M., & Giaccardi, E. (2018). Design is not for us: Engaging a new audience for the design museum by changing their expectations. Museum Experience Design: Crowds, Ecosystems and Novel Technologies, 45-74.

Brown, A. L. (1992). Design Experiments: Theoretical and Methodological Challenges in Creating Complex Interventions in Classroom Settings. The Journal of the Learning Sciences, 2(2), 141-178.

Bryman, A. (2016). Social research methods (5. udg., s. 2-38, 90-119, 148-169, 220-265, 374-406, 465-524, 500-523, 569-599, 620-660). New York, NY: Oxford University Press.

Burcharth, L. E. (2019, 15. marts). Eliten fylder stadig mest på museerne. Akademikerbladet. Hentet fra:
<https://dm.dk/akademikerbladet/magasinet/2019/magisterbladet-nr-3-2019/eliten-fylder-stadig-mest-paa-museerne/> d. 19. marts 2024

Christensen, O., Gynther, K. & Petersen, T. B. (2012). Design-Based Research: introduktion til en forskningsmetode i udvikling af nye E-læringskoncepter og didaktisk design medieret af digitale teknologier. Læring og medier, (Årg. 5, nr. 9, s. 1-20).

- Collins, A. (1990). Toward a Design Science of Education. Technical Report No. 1. (s. 1-9). Center for Technology in Education, New York.
- Cordova-Rangel, J. & Caro, K. (2023). Designing and evaluating aventura marina: A serious game to promote visitors' engagement in a science museum exhibition. *Interacting with Computers*, 35(2), 387-406.
- Creswell, J. W. (2009). Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (3. udg., s. 1-73, 145-226). Los Angeles: Sage.
- Dancstep, T., Gutwill, J. P., & Sindorf, L. (2015). Comparing the visitor experience at immersive and tabletop exhibits. *Curator: The Museum Journal*, 58(4), 401-422.
- Dewey, J. (2009). Hvordan vi tænker. En reformulering af forholdet mellem reflektiv tænkning og uddannelsesprocessen (s. 115-139). Aarhus: Klim.
- Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A. & Løssing, A. S. W. (2011). Det interaktive museum (5. udg., s. 11-26, 61-78, 103-210). Samfundslitteratur.
- Ejlertsen, M. (2023, 25. januar) En tur på museet: Sådan gik det for museerne i 2022. Akademikerbladet. Hentet fra: <https://dm.dk/akademikerbladet/aktuelt/2023/januar/saadan-gik-det-for-museerne-i-2022/> d. 19 marts 2014
- Eskjær, M. F. & Helles, R. (2015). Kvantitativ indholdsanalyse (s. 83-111). Samfundslitteratur.
- Falk, J. (2011). Den museumsbesøgendes oplevelse: hvem kommer, hvorfor og med hvilke følger?. I Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A., & Løssing A. S. W. (Eds.), *Det interaktive museum* (s. 27-42). Samfundslitteratur.

Glyptoteket (n.d.). Hvad er Glyptoteket? Hentet fra:

<https://glyptoteket.dk/om-museet/hvad-er-glyptoteket> d. 19. marts 2014

Greenhalgh, T., Thorne, S. & Malterud, K. (2018). Time to challenge the spurious hierarchy of systematic over narrative reviews?. *European journal of clinical investigation*, 48(6), 1- 6.

Hendon, W. S. (1990). The general public's participation in art museums: visitors differ from non-visitors, but not as markedly as case studies have indicated. *American Journal of Economics and Sociology*, 49(4), 439-457.

Hertzum, M. (2020). *Usability testing: A practitioner's guide to evaluating the user experience* (s. 1-85). Morgan and Claypool Publishers.

Hoadley, C. M. (2004). Methodological alignment in design-based research. *Educational psychologist*, 39(4), 203-212.

Hong, S., Jo, Y., Kang, Y., & Lee, H. K. (2023). Interactive Experiential Model: Insights from Shadowing Students' Exhibitory Footprints. *Journal of Museum Education*, 48(2), 92-108.

James, W. (1999). Hvad pragmatisme betyder. I Schmidt, L. H. (Eds.), *Det videnskabelige perspektiv* (s. 83-103). København: Akademisk Forlag.

Kirchberg, V. (1996). Museum visitors and non-visitors in Germany: A representative survey. *Poetics*, 24(2-4), 239-258.

Klopfer, E., Perry, J., Squire, K., Jan, M. F., & Steinkuehler, C. (2017). Mystery at the museum—A collaborative game for museum education. I Koschmann, T. (Eds.), *Computer Supported Collaborative Learning 2005: The Next 10 Years!* (s. 316-320). Routledge.

- Kluge-Pinsker, A. & Stauffer, B. (2021). Non-visitors: Who are they and what should we do about them?. *Journal of Museum Education*, 46(1), 61-73.
- Larsen, B. A. & Løssing, A. S., W. (2011). Museet i dialog. I Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A. & Løssing A. S. W. (Eds.), *Det interaktive museum* (s. 177-196). Samfundslitteratur.
- Li, W. & Huang, X. (2023). A New Way to Experience Art: Experience Design and Strategies for Immersive Exhibitions. I Rauterberg, M. (Eds.), *International Conference on Human-Computer Interaction* (s. 136-149). Springer Nature Switzerland.
- Lin, Y. N. (2006). Leisure-A function of museums? The Taiwan perspective. *Museum Management and Curatorship*, 21(4), 302-316.
- Lin, Y. N. (2009). Importance–performance analysis of the Taipei Fine Arts Museum's services. *Museum management and Curatorship*, 24(2), 105-121.
- Miller, K. J. (2011). Inclusive Marketing in the Constructivist Museum: A Study of Non-visitors' Needs. *International Journal of the Inclusive Museum*, 3(4) 91-101.
- Nørskov, V., Jørgensen, H. & Larsen, A. H. (2012). Unges museumsbrug – En målgruppeundersøgelse af museernes unge brugere og ikke-brugere (s. 1-71). DAMVAD, Center for Museologi, Aarhus Universitet & Kulturstyrelsen.
- Pahuus, M. (2014). Hermeneutik. I Collin, F. & Køppe, S. (Eds.), *Humanistisk videnskabsteori* (3. udg., 1. oplag, s. 223-265). København: Lindhardt og Ringhof Forlag.
- Prentice, R., Davies, A. & Beeho, A. (1997). Seeking generic motivations for visiting and not visiting museums and like cultural attractions. *Museum management and curatorship*, 16(1), 45-70.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology*, 25(1), 54-67.

Schmidt, L. H. (1999). Det videnskabelige perspektiv (s. 79-82). København: Akademisk Forlag.

Seale, C. (2012). Researching society and culture (s. 144-151). London: Sage.

Slots- og Kulturstyrelsen (2023). Den nationale brugerundersøgelse. Årsrapport 2022. (s. 3-29) Hentet fra:
https://slks.dk/fileadmin/user_upload/SLKS/Omraader/Kulturinstitutioner/Museer/Statistik_om_museer/Den_nationale_brugerundersogelse/Den_nationale_brugerundersogelse_2022_FINAL.pdf d. 19. marts 2024.

Simon, N. (2010). The participatory museum (s. 127-181). Santa Cruz, California: Museum 2.0.

Strandgaard, O. (2010). Museumsbogen: praktisk museologi (s. 37-43, 234-299). Hikuin.

Tanggaard, L. (2018). Vanebrud: Hvordan du veksler 7 gamle vaner til ny kreativitet (s. 5-197). Akademisk Forlag.

Thorhauge, S. & Larsen, A. H. (2008). Museumsgrundbogen: Kunsten at læse et museum (s. 33-135). Forlaget Systime.

Wang, M. & Nunes, M. B. (2019). Matching serious games with museum's educational roles: smart education in practice. *Interactive Technology and Smart Education*, 16(4), 319-342.

Yang, H., & Guo, L. (2024). Evolution of exhibition space strategies in smart museums: A historical transition from traditional to digital. *Herança*, 7(1), 1-11.